



*FRAU
TALECKER
ERKLÄRT*

Public Relations
Social Media Marketing

Folge 5:

Was Authentizität auf Social Media
wirklich bedeutet



HI,

ICH BIN JOHANNA,

INSTAGRAM STRATEGIN
UND
KOMMUNIKATIONSEXPERTIN!

Ich freue mich, dass Du Dich für diesen Artikel interessierst!

Mehr zu meinen Instagram Coachingprogrammen findest Du hier:

Mein 1-wöchiges Programm "Athena":
www.talecker.com/athena

Mein 8-wöchiges Programm "IG Olymp":
www.talecker.com/ig-olymp

Hier geht's zur Zusammenfassung meiner 5. Podcast Folge
"Was Authentizität auf Social Media wirklich bedeutet"



Was Authentizität auf Social Media wirklich bedeutet

Wie präsentiert man sich möglichst echt auf Social Media?

Eine der am häufigsten gestellten Fragen und meine besten Tipps dazu

Das Schlagwort "Authentizität"

"Du musst Dich authentisch zeigen auf Social Media zeigen, um Deine Wunschkund*innen anzuziehen ." So oder so ähnlich haben wir wahrscheinlich alle schon mal diese Aussage gehört.



Die Logik dahinter: Durch die Präsentation unserer wahren Persönlichkeit sollen sich die "richtigen" Personen automatisch angesprochen fühlen, zum Beispiel weil sie uns sympathisch finden oder Ähnlichkeiten mit uns entdecken.

So weit die Theorie. In der Praxis löst die Empfehlung, sich möglichst authentisch zu zeigen, aber oft eher Verwirrung aus.

Meine Kund*innen fragen mich regelmäßig: Was soll das denn heißen? Was bedeutet es, sich authentisch zu zeigen? Vor allem vor der Kamera, in den Instagram Stories?

Und die nächste Frage, die sehr viele beschäftigt: Was tut man, wenn es einem gerade gar nicht so gut geht? Sollte man in diesem Fall lieber nicht vor die Kamera treten oder bedeutet das dann fehlende Authentizität - weil man seine schlechten Momente nicht zeigt?

Wie Experten Authentizität definieren

Authentizität heißt Echtheit, Glaubwürdigkeit, Sicherheit.

Im Podcast "Payday with Ray Ray" sagt Podcast Host und Sales Expertin Rachel Bell, dass sich Authentizität an den eigenen Werten orientieren kann.

Marketing Guru Seth Godin geht noch einen Schritt weiter und behauptet: Authentizität wird total überschätzt! Er meint: Wären wir wirklich alle authentisch, würden wir uns wie Kleinkinder verhalten. Er hat nicht Unrecht, denn wir alle kennen herausfordernde Situationen aus dem Alltag, in denen wir uns dazu entscheiden, uns nicht gehenlassen. Weil wir die Optionen sorgsam abwägen - eben wie Erwachsene.

Godin sagt weiter: Viel wichtiger als Authentizität sind im Marketing Kontinuität und Verlässlichkeit.

Was Authentizität auf Social Media nicht ist

Authentizität sollte nicht verwechselt werden mit der Tagesform. Vorübergehende Stimmungen sind nicht gleichzusetzen mit unserer allgemeinen Einstellung zum Leben.



Gegebenenfalls kann es sich sogar negativ auswirken, wenn man impulsiv negative Energien auf Social Media versprüht - nur weil man sich eben gerade so fühlt. Das ist dann zwar eine akurate Momentaufnahme, aber nicht unbedingt geschäftsfördernd. Jede*r, der/die Social Media nutzt, um die eigene unternehmerische Tätigkeit voranzubringen, befindet sich doch am Ende des Tages noch in einem Business Kontext.

Es ist wichtiger, folgende Fragen für sich beantworten zu können:

- Weshalb bin ich auf Social Media?
- Was möchte ich damit erreichen?

Der eigene online Auftritt sollte mit den Antworten auf diese Fragen harmonieren. Tut er das - ist er authentisch!

Und: Wir sind nicht unauthentisch, nur weil wir bestimmte private Dinge, die uns gerade beschäftigen, nicht im Internet breittreten.

Meine Empfehlungen für einen authentischen Auftritt

Für Personenmarken ist es von Interesse sich auf Social Media zu präsentieren, um sich eine Community aufzubauen und eventuell sogar Services oder Produkte online zu verkaufen. Darüber hinaus haben viele Unternehmen Werte, an denen sie sich orientieren. Diese helfen, die obigen Fragen zu beantworten.

Wer die eigenen Werte und die Bedürfnisse der Zielgruppe in den Vordergrund stellt, kommt schnell weg vom Hadern mit der Tagesform und der Frage: Soll ich es in meinen Instagram Stories thematisieren, wenn es mir heute nicht optimal geht? Denn eine einzige Stimmung ist nicht das, was uns letztendlich als Menschen oder unser Unternehmen ausmacht. Wer den Fokus, wie von Seth Godin empfohlen, verstärkt auf Kontinuität und Verlässlichkeit setzt, möchte sich regelmäßig zeigen, um der Community ein Lebenszeichen zu geben, sie zu inspirieren, zu animieren, vielleicht sogar zu belustigen.

Und das heißt nicht, dass Gefühle und Emotionen aus herausfordernden Zeiten auf Social Media generell keinen Platz haben. Denn unsere Erfahrungen können auch andere bestärken, die sich vielleicht gerade in einer ähnlichen Situation befinden.

Trotzdem bleibt diese Wahrheit bestehen: It's about them, not you - die Bedürfnisse unserer Kund*innen sollten im Zentrum unseres Social Media Marketings stehen.



Möchtest Du Dir diese Podcast Folge noch einmal anhören?

*Du findest meinen Podcast
"Frau Talecker erklärt"
auf Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts
und co!
Über eine positive Bewertung
oder ein Abo würde ich mich sehr freuen,
wenn Dir mein Podcast gefällt!*

