

Küchentischgespräche online - Frauen in digitalen Jobs

Eine Veranstaltungsreihe von Frau und Beruf und KOBRA

Zu Gast war:

Tanja Laub, Expertin für Community Management, [communitymanagement.de](https://www.communitymanagement.de)

Gespräch 09 /13.06.2022. Das Interview führte Rosaria Chirico, KOBRA.



Seit über 10 Jahren berät und schult Tanja Laub in selbständiger Tätigkeit Unternehmen, Verbände, NGOs und Agenturen in allen Aspekten des Community Managements – vom Aufbau unternehmenseigener Plattformen, dem Dialog mit den Nutzer*innen sowie zum Berufsbild von Community Manager*innen. Weiterhin ist sie als Speakerin auf internationalen Konferenzen und als Dozentin für „Community Management“ und „Social Media in Unternehmen“ tätig.

Sie war Vorsitzende des Bundesverbandes Community Management (BVCM), der sich für die Professionalisierung des Berufsbildes der Social-Media- und Community-Manager*innen einsetzt und ist Mitgründerin des CommunityGipfels, der ersten Konferenz in Deutschland zu den Themen Community Management. Vor ihrer Selbständigkeit war sie einige Jahre als Community Managerin angestellt tätig.

Webseiten von Tanja Laub
<https://www.communitymanagement.de/>
<https://www.walkaboutmedia.de/>

Wie bist Du zum Community Management gekommen?

Ich wollte immer schon etwas mit Medien machen. Als freie Redakteurin habe ich für lokale Zeitungen geschrieben. Nach meinem BWL-Studium mit Schwerpunkt Medienkommunikationsmanagement habe ich ein Praktikum bei Clipfish gemacht, die das deutsche YouTube werden wollten. Bei der Frage, wer sich um die Nutzer*innen-E-Mails kümmert, ging sofort meine Hand hoch. Ich konnte mir meinen Job damals selbst definieren und aufbauen, denn alles war noch sehr frisch, es gab noch nicht viel zum Thema Community Management. So bin ich da reingerutscht. Anschließend habe ich bei RTL für „Frauenzimmer“ und „kochbar“ die Communities von Anfang an aufgebaut.

Wie sah Dein Weg in die Selbstständigkeit und weiter zur Unternehmerin aus?

Ausschlaggebend waren für mich die fehlenden Weiterentwicklungsmöglichkeiten bei RTL und der starke Wunsch, zeit- und ortsunabhängig zu arbeiten. Geholfen hat mir der Gründungszuschuss und die Tatsache, dass es keine großen Investitionen für meine Selbstständigkeit brauchte. Hilfreich war vor allem, dass ich bereits ein, zwei Kund*innen in der Hinterhand hatte und von da aus nach neuen Kund*innen suchen konnte. Ich habe mich damals gefragt, was im schlimmsten Fall passieren könnte und kam zum Ergebnis, dass ich immer noch genug zu essen und ein Dach über dem Kopf haben würde.

Der Weg zur Expertin war lang. Ich habe 10-12 Jahre daran gearbeitet und lerne auch heute noch stetig dazu. Als Angestellte habe ich zunächst viele Projekte komplett begleitet und umgesetzt. Dabei konnte ich viel selbst gestalten. In der Selbstständigkeit wurden dann viele Aufgaben an mich ran getragen, zum Beispiel Workshops durchzuführen. Mit der Zeit wurde ich immer häufiger als Beraterin angefragt. Heute arbeite ich vor allem strategisch. Die Wandlung von der Selbständigen zur Unternehmerin beruht vor allen Dingen auf zwei Entwicklungsaspekten. Zum einen habe ich angefangen, meine eigenen Produkte zu entwickeln, d.h. ich handele nicht mehr nur im Kundenauftrag, sondern treibe aktiv eigene Projekte voran. Ich gebe Online-Kurse in Kooperation mit Richard Millington und ich habe ein eigenes Workshop-Portfolio auf meiner Website. So sehen die potenziellen Kund*innen direkt, welche Leistungen ich unter anderem anbiete. Mein Fokus liegt im Bereich Community Management auf unternehmenseigenen Plattformen. Das ist mein Steckenpferd. Der zweite Aspekt ist der, dass ich nicht mehr alle Dinge alleine umsetze. Ich habe ein festes Netzwerk an freien Mitarbeitenden, so dass ich selbst zur Auftraggeberin geworden bin.

Was machst Du als selbstständige Community Managerin?

Beim Community Management geht es darum, in sozialen Netzwerken oder auf eigenen Plattformen die Interaktion und den Austausch mit und zwischen Kund:innen und Mitarbeitenden zu fördern. Ich berate und begleite Unternehmen beim Aufbau ihrer Community.

*Community Management ist Beziehungsmanagement.
Eine gute Idee kann jede*r kopieren. Die guten und nachhaltigen
Beziehungen nicht.*

Bei der internen Kommunikation spielt Community Management eine große Rolle. Es geht darum, Silos aufzubrechen, Mitarbeiter*innen zu verknüpfen und weiterzubilden.

Links

Blogartikel von Tanja Laub zum Beruf Community Management
<https://www.communitymanagement.de/community-manager-die-wichtigsten-aufgaben-und-verantwortlichkeiten/>

Blogartikel von Tanja Laub zu Ausbildung, Weiterbildung und Gehalt
<https://www.communitymanagement.de/gehalt-community-manager-ausbildung-weiterbildung/>

Internationales Netzwerk Community Management
<https://communityroundtable.com/>

Skill Framework vom Community Roundtable
<https://communityroundtable.com/what-we-do/models-and-frameworks/community-skills-framework/>

Kostenfreie Schulungen zum Community Management der Landesanstalt für Medien NRW
<https://www.medienanstalt-nrw.de/themen/hass/schulungen-fuer-das-community-management.html>

Tipps, um sich auszuprobieren

Man kann sich zu seinen Hobbys bzw. Themen, die einen interessieren, Gruppen in den Social Media suchen und dort in den Austausch gehen, d.h. Fragen beantworten, Hinweise geben und sich vernetzen.

Bei <https://www.ichbinhier.eu> kann man sich gegen Hate Speech in den Kommentarspalten der Facebook-Seiten von öffentlich-rechtlichen Medien und Tageszeitungen engagieren.

Impressum:

Dokumentation: Gabriele Witzenrath, Frau und Beruf e.V.
Foto: mit freundlicher Genehmigung von Tanja Laub

Wir hinken in Deutschland vor allem im externen Community Management hinterher. Im internen hingegen sind wir sehr gut aufgestellt. In meinen Blogartikeln mache ich Inhalte und Learnings aus dem englischen Sprachraum zugänglich. So werde ich gleichzeitig als Expertin sichtbar.

Wie baut man eine Community auf?

*Eine zentrale Aufgabe ist, die Nutzer*innen zu aktivieren, indem man den Mehrwert für sie darstellt, zeigt, wo und wie sie sich einbringen können und immer wieder schaut, wie man dabei helfen kann.*

Es ist wichtig, die richtigen Erwartungen zu setzen, d.h. die Themen zu begrenzen, über die man sich austauscht. Dadurch entsteht mehr Gemeinsamkeit und der Austausch wird konkreter, gehaltvoller und die Verbindung tiefer. Es geht also nicht darum eine große Menge an „Karteileichen“ zu sammeln, sondern eine aktive gehaltvolle Verbindung zu ermöglichen. Voraussetzung für aktive Nutzer*innen ist ebenso ein gutes Onboarding: Willkommen heißen, helfen, sich zurechtzufinden, langsam einführen, an die Hand nehmen und dabei erste Schritte machen lassen. Es ist viel leichter, Nutzer*innen von Anfang an zu aktivieren, als inaktive Nutzer*innen später aktivieren zu wollen. Hinter den Kulissen bauen Community Manager*innen Strukturen auf, d.h. ein Moderationsteam mit klaren Aufgaben und Arbeitsabläufen und Schnittstellen zu anderen Aufgabenbereichen und Abteilungen, wie z.B. rechtlichen Fragen, IT, Grafik. Das ist relativ viel Pionierarbeit.

Was sind die Voraussetzungen, um als Community Managerin zu arbeiten?

Grundsätzlich gibt es zwei Wege: Entweder hat man eine fachspezifische Richtung durch Ausbildung/Studium oder Berufserfahrung und erwirbt dann die spezifischen Kommunikationsskills. Oder man kommt vom klassischen Community Management – dafür gibt es heute Studiengänge - und bringt Interesse an den Fachthemen mit, für die man keine Expertin sein muss. Das heißt, ein Quereinstieg ist möglich und es gilt „learning by doing“. Man kann zwar grundlegende Strategien lernen, aber wie man mit einer Situation umgeht und Dinge handelt, ist in jeder Community anders.

Welche Kompetenzen braucht man für Community Management?

Kommunikative Kompetenzen stehen hier ganz klar an erster Stelle: Sich schriftlich gut, klar und verständlich ausdrücken, d.h. wenig Fachbegriffe verwenden oder diese erklären. Außerdem sollte man Empathie und Fingerspitzengefühl besitzen, d.h. sich in andere hineinversetzen können und erkennen, wie man helfen könnte bzw. was man in so einer Situation selbst gerne hätte. Weiterhin ist ein rechtliches Grundwissen hilfreich, zum Beispiel zu Urheberrecht und Bildrechten. Ebenso kann ein technisches Grundwissen bei der Entwicklung und Nutzung von Plattformen hilfreich sein, um mit der IT-Abteilung zusammen zu arbeiten. Auch grafische Fähigkeiten und Kenntnisse können relevant sein. Welche Fähigkeiten genau gebraucht werden hängt vom Unternehmen und der Community ab. Der „Community Roundtable“ hat insgesamt 50 verschiedene Kompetenzen identifiziert (siehe Link im Kasten links).

Was magst Du an Deinem Job, was reizt Dich daran?

Im Community Management hat man viele Möglichkeiten, zu gestalten und sich einzubringen. Es ist eine sehr abwechslungsreiche Arbeit, bei der man auch noch tolle Leute kennenlernt.

*Am internen Community Management reizt mich, Kolleg*innen miteinander in Kontakt zu bringen und dadurch Weiterentwicklung zu ermöglichen.*

Transformationsprozesse beinhalten so viel Potential, das wir noch nicht nutzen: Man kann zusammenarbeiten und dadurch Dinge voranbringen – viel besser als allein. Das treibt mich an.

Wie sieht es mit diesem Beruf zukünftig aus? Welche Trends gibt es?

Hate Speech und Verschwörungstheorien haben zugenommen. Das ist zu einer großen Belastung für Mitarbeitende im Bereich Kommunikation geworden, damit kann man nicht nebenbei umgehen. Transformationsprozesse und Changemanagement ebenso wie die Pandemie erfordern eine gute interne Kommunikation und Vernetzung der Mitarbeitenden. Durch diese Entwicklungen hat sich der Beruf in den letzten Jahren stark verändert und die Relevanz des Berufsbildes ist gestiegen.

Vielen Dank für das Gespräch!