



Checkliste Community-Management

Die Checkliste «Community Management» unterstützt bei der Konzeption, Planung und Umsetzung. Sie informiert über die drei Phasen und überprüft mit Fragen die eigene Situation.

Communities sind Gemeinschaften der Kommunikation und funktionieren:

- online und offline
- als unternehmenseigene Plattform
- als externe Community

Sie sind verantwortlich für die Kommunikation im Unternehmen und erhalten mit der Checkliste die Basis für den Auf- und Ausbau einer eigenen Online-Community.

Inhalt

1. Konzeption: Strategie und Einbettung	2
2. Planung: Rollen und Aufgaben	4
3. Umsetzung: Prozess und Werkzeug	5

Copyright

Der Inhalt dieses Papiers oder Auszüge daraus dürfen nur kostenlos und unter Angabe der exakten Quellenbezeichnung «www.bernet.ch» weitergegeben werden.

Laufend Aktuelles zur Kommunikation

Newsletter www.bernet.ch/wissen/newsletter/
Blogbeiträge auch als Wochenabo bei www.bernetblog.ch,
auf X [@bernetblog](https://twitter.com/bernetblog), Instagram www.instagram.com/bernetrelations/
und Facebook www.facebook.com/bernetpr



1. Konzeption: Strategie und Einbettung

Abgeleitet von der Gesamtstrategie bestimmt Ihr Community-Konzept alle strategischen Grundlagen und die Folgemaßnahmen. Die Verantwortung für die Community trägt eine Abteilung. Bei der Konzeption werden alle Beteiligten miteinbezogen: Geschäftsleitung, Team für die Umsetzung, Kundendienst, Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing. Die Konzeption stärkt das gemeinsame Verständnis für den neuen Kanal. Sie beinhaltet:

- Ziele
- priorisierte Zielgruppen (intern und extern)
- die Strategie zur Umsetzung
- die Organisationsstruktur und Bedürfnisse an Ressourcen
- die umzusetzenden Maßnahmen
- die Erfolgskontrolle

Die nachfolgende Checkliste stellt Fragen zum Community-Konzept. Beantworten Sie diese vor der Konzeptionsphase.

Checkliste zur Konzeption

- *Was ist das Ziel des Community-Engagements? Setzen Sie realistische Ziele.*
Mit der Community öffnen Sie einen neuen Kanal – prüfen Sie den Mehrwert für sich und Ihre Zielgruppen. Haben Sie sich kurz- und langfristige Ziele gesetzt? Unterstützt die Community die Kommunikationsziele?
- *Was erwarten Unternehmen und User:innen?*
Die User:innen wollen Gesichter, Antworten, Engagement. Die Kommunikation in der Community ist direkt – und kritisch. Sind Sie bereit für diese Offenheit? Gleichen Sie die internen Vorstellungen zur Community im Austausch mit den internen Beteiligten ab.
- *Haben das Management und Sie ein gemeinsames Verständnis?*
Holen Sie sich Unterstützung von ganz oben. Stellen Sie Ihr Ziel vor und zeigen Sie Chancen und Risiken auf. Schaffen Sie Vertrauen mit Ihrem Wissen und Sympathien mit Ihrem Engagement.
- *Gibt es eine Gesamtstrategie?*
Leiten Sie Ihr Community-Konzept von der Gesamtstrategie ab. Es gibt keine? Orientieren Sie sich an den Unternehmenszielen und definieren Sie, wie Ihre Community diese unterstützen kann.
- *Haben Sie genügend Ressourcen?*
Sie brauchen Ressourcen für Konzept, Planung und Umsetzung. Setzen Sie Ihr Team und die Beteiligten aus den Abteilungen ein. Erarbeiten Sie zwei Varianten – mit bestehenden Ressourcen und mit zusätzlicher Unterstützung. Besprechen Sie diese Aufstellung und die entsprechenden Ziele mit der Geschäftsleitung – mit Ihrer Empfehlung.



- *Ist die technische Umsetzung gesichert?*
Sie haben Ihre Community skizziert und wissen, was sie können muss?
Definieren Sie technische Rahmenbedingungen wie Kompatibilität von Systemen, Funktionen, Zugriff und Ausbaufähigkeit.

- *Wer ist verantwortlich?*
Setzen Sie eine Person ein, die für das Konzept verantwortlich ist, die strategische Grundlage sicherstellt und die Kontakte zu allen Beteiligten pflegt. Das können auch Sie selbst sein.

- *Wann geschieht was?*
Erstellen Sie einen Zeitplan, der grob die Phasen Konzeption, Planung und Umsetzung skizziert.

- *Wer bezahlt?*
Budgetieren Sie die Konzeption Ihrer Abteilung und planen Sie die Umsetzung abteilungsübergreifend. Die Kalkulation ist abhängig vom Ziel und der Form Ihrer Community. Berechnen Sie nicht nur den Betrieb, sondern auch Planung, Teamkoordination und Inhaltsverwaltung sowie allfällige externe Kosten für Drittleistungen wie Monitoring, Beratung oder Technik.

- *Wie messen Sie Erfolg?*
Definieren Sie Kennzahlen, um Ihre Ziele zu überprüfen. Setzen Sie realistische Werte für Besucherzahlen, Interaktion, Verweildauer und Reaktionszeit, indem Sie sich an Kundenbefragungen und der Nutzung von bestehenden Kanälen orientieren.

Mit der Konzeption schaffen Sie die strategische Grundlage – und leiten mit den Massnahmen die Umsetzung ein. Wie Sie die Umsetzung organisieren, zeigt der nachfolgende Punkt «Planung».



2. Planung: Rollen und Aufgaben

Die Rollenvergabe schafft klare Verhältnisse bei Verantwortung und Aufgabenteilung. Folgende Rollen müssen Sie besetzen:

- *Community-Verantwortliche:r* – hat die Gesamtsicht, unterstützt alle Beteiligten und treibt die Weiterentwicklung voran.
- *Moderationsleiter:in* – führt den Dialog und organisiert die Werkzeuge für das tägliche Engagement.
- *Moderator:innen* – sind verantwortlich für den Dialog mit den User:innen und die Organisation und Verwaltung der Beiträge.
- *Expert:innen, Auskunftspersonen, Vermittler:innen* – sie sind verantwortlich für die Fakten und versorgen die Moderator:innen mit Informationen.
- *Technischer Support der Plattform* – unterstützt die Anliegen des Moderator:innenteams für Funktionen der Plattform.

Mit der nachfolgenden Checkliste prüfen Sie die Organisation und finden allfällige Stolpersteine.

Checkliste zur Planung der Community

- *Sind alle Involvierten an Bord?*
Ihre Community will nicht nur mit Ihnen sprechen. Den direkten Weg zu Informationen sichern Sie sich mit Vermittler:innen und Expert:innen.
- *Sind die Verantwortlichkeiten klar?*
Erstellen Sie Profile zu allen Rollen mit einer Schätzung des Zeitaufwandes. Kalkulieren Sie den Aufwand für Recherche und Austausch. Teilen Sie Moderator:innen Themengebieten zu – so haben Expert:innen immer die gleichen Ansprechpartner:innen.
- *Wer gehört zum Kernteam?*
Teilen Sie die Involvierten auf in Kernteam (Moderation), Vermittler:innen, Expert:innen und Begleitung. Begleiter:innen wie die Geschäftsleitung brauchen eine andere Informationskadenz als das Kernteam.
- *Ist die strategische Basis bekannt?*
Stellen Sie für eine gemeinsame Basis ihr Konzept mit Strategie allen Beteiligten vor.
- *Sind die Schritte für die Umsetzung definiert?*
Verteilen Sie die Aufgaben für die Umsetzung und lassen Sie die Involvierten ihre Rolle wahrnehmen.

Ihr Team und Sie sind nun aufgestellt – und bereit für die Umsetzung.

3. Umsetzung: Prozess und Werkzeug

Ihr Team braucht Werkzeuge, um seine Rollen wahrzunehmen. Definieren Sie Prozesse und stellen Sie eine geeignete Infrastruktur zur Verfügung: Das erleichtert den Informationsaustausch und stellt den Betrieb sicher.

Diese Werkzeuge brauchen Sie:

- Plattform
- Guidelines für Moderator:innen
- Nutzungsbedingungen
- Schulung
- Ablage
- Austausch

Prüfen Sie Ihre Vorbereitung und die Werkzeuge zur Umsetzung mit den nachfolgenden Fragen.

Checkliste zu Werkzeugen der Community

- *Wird Ihre Plattform den Bedürfnissen gerecht?*
Prüfen Sie bei Ihrer Wahl der Plattform alle Bedürfnisse, die Sie in der Konzeption definiert haben. Ist die Plattform ausbaubar mit Zusatzfunktionen? Verwenden Sie eine offene Plattform oder braucht es ein Login? Gibt es ein Bonussystem für User:innen? Nach welchen Kriterien funktioniert die Suche? Gibt es Bedingungen für die Freischaltung von Kommentaren? Setzen Sie automatische Filter ein für Verstösse gegen die Nutzungsbedingungen?
- *Haben die Moderator:innen ein gemeinsames Verständnis?*
Ihr Team tritt einheitlich mit einer gemeinsamen Vorstellung von Moderation auf. Besprechen Sie im Team Punkte wie Tonalität, Antwort-Rhythmus, Profile, Kontakte und Grenzen. Definieren Sie, was Moderatoren tun – und was nicht. Das Team erstellt daraus die internen Guidelines für die Moderation. Überprüfen Sie diese regelmässig.
- *Sind alle Moderator:innen vernetzt?*
Knüpfen Sie Kontakte zwischen Ihren Moderator:innen und Expert:innen. Unterstützen Sie die Moderator:innen und Expert:innen und Vermittler:innen mit der Anerkennung. Geben Sie Feedback zum Engagement und welche Wirkung Sie intern und extern sehen.
- *Haben Sie Regeln?*
Definieren Sie den Zweck Ihrer Plattform, die Rolle der Moderatoren und die Regeln für die Benutzung Ihrer Plattform. Informieren Sie über die Konsequenzen bei einem Verstoß.
Formulieren Sie die Regeln positiv und deutlich – je klarer die Formulierung, desto nachvollziehbarer sind die Konsequenzen.



- *Sind die Moderator:innen geschult?*
Setzen Sie eine Schulung auf, um Ihrem Team eine Starthilfe zu geben: Text-Workshop, Start-Schulung für die Plattform, Einführung ins Archiv-Werkzeug. Bleiben Sie auf dem Laufenden mit dem Austausch zum Thema Community im Team und in Ihrem Netzwerk.
- *Gibt es Austauschmöglichkeiten?*
Das Kernteam tauscht sich direkt oder telefonisch aus, diskutiert und löst Fälle gemeinsam. Starten Sie mit einem Austausch zweimal pro Woche, der 30 bis 60 Minuten dauert. Vereinbaren Sie längere Treffen alle zwei Monate.
- *Besteht eine Informationsablage?*
Setzen Sie eine Informationsablage für Fakten und Wordings auf. Einigen Sie sich auf eine Ablagesystematik.
- *Wie kontrollieren Sie den Erfolg?*
Haben Sie ein Werkzeug, um die Ziele zu prüfen? Messen Sie User:in, Antworten, Aufenthaltszeit? Sprechen Sie die Messgrößen mit dem Kernteam, der Geschäftsleitung und dem Plattformanbieter ab.
- *Sehen Sie alles?*
Sie brauchen nicht nur Filter, sondern auch ein lückenloses Monitoring für eigene und fremde Kanäle. Sie möchten schliesslich auch wissen, wie ausserhalb über Sie gesprochen wird.
- *Besteht ein Gefäss für die Weiterentwicklung?*
Stellen Sie Ihrem Team ein Dokument, einen Ordner oder einen Briefkasten für Verbesserungsvorschläge, Bedenken und Learnings zur Verfügung. Nutzen Sie diesen auch selber.

Nutzen Sie die Erkenntnisse des Teams, um einzelne Massnahmen zu verbessern oder zu ergänzen. Ergänzen Sie Ihre Massnahmen mit dem direkten Kontakt zu Ihren User:innen – auch offline. So lernen Sie Ihre Zielgruppe besser kennen und werden selbst sichtbar.

Wir freuen uns über Echo auf diese Checkliste aus der Community via info@bernet.ch