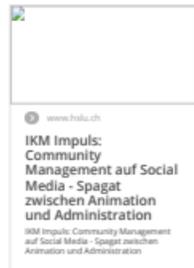


Start: 12.15 Uhr



### Fragen?

- aus dem Onboarding
- spontan: gerne im Chat
- Q&A im Anschluss

(wir sind auch nach 12.45 noch da...)

### Dokumentation?

- Board kommt morgen als PDF

Aktive Online-Communities sind eine Goldgrube für Unternehmen: Hier geht Content viral, hier passiert 'Word-of-Mouth', hier lernen Unternehmen, was ihre Kund:innen wirklich über sie denken.

Gleichzeitig bringt die für Social Media typische Eigendynamik aber auch Risiken mit sich. Kritische Beiträge, Konflikte unter Mitgliedern, unangemessene Inhalte – wenn die Energie in die falsche Richtung geht, kann es für Unternehmen schnell heikel werden. Social Media Community Manager sind deshalb an vielen Fronten gleichzeitig gefordert. Das macht die Aufgabe spannend, aber auch anspruchsvoll.

In diesem IKM Impuls erzählen zwei Praktiker aus dem Nähkästchen und teilen ihre Erfahrungen, worauf man beim Managen von Communities auf Social Media achten sollte. Seien Sie dabei!

### Take-aways:

- **Warteliste zum Fachkurs "Community Management für Social Media"**
- **kostenloses 'Community Performance Assessment'**

<https://forms.office.com/e/9rRFui19u>



### unsere Experten:



**Speaker: Jan Biller**  
Er hat unter anderem die preisgekrönte Swisscom Support Community aufgebaut. Heute ist er CEO von Glowgrüezi, einer internationalen Agentur für Communities und Social Media.

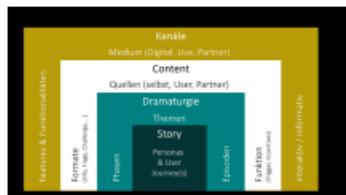


**Speaker: Michael Blum**  
Er leitet bei der BKW AG das Community Management und ist verantwortlich für die inhaltliche Ausrichtung und Planung der Social Media Kanäle. Zudem betreibt er interne Stakeholder zum Multichannel-Storytelling.

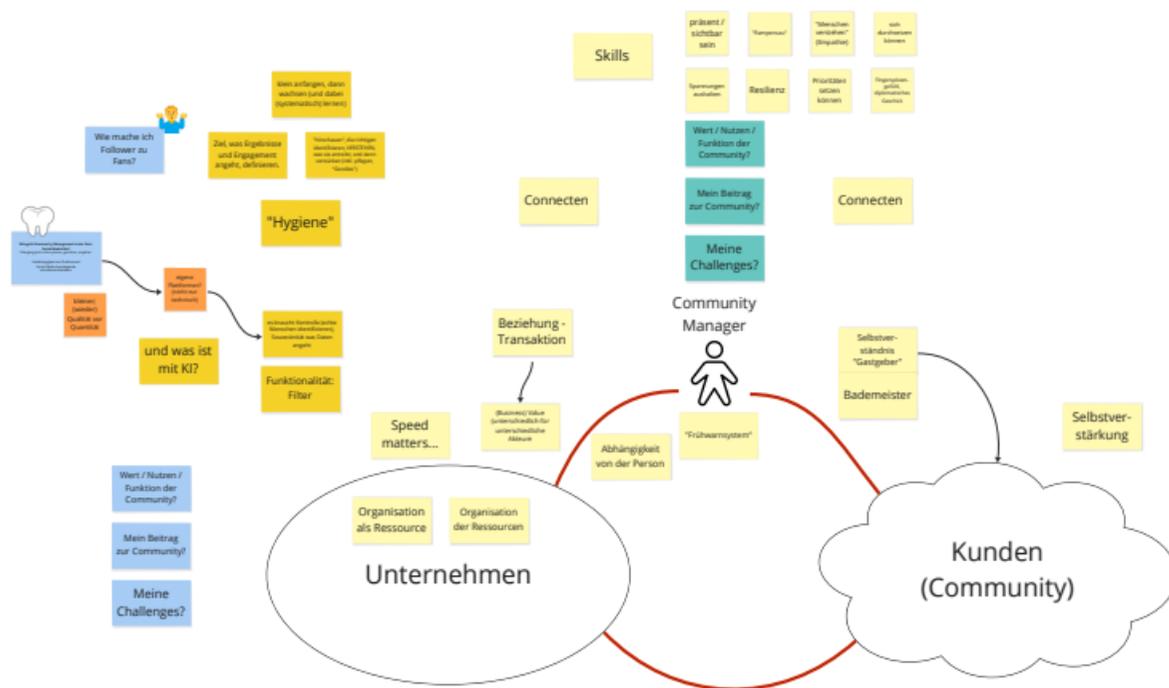


**Moderation: Wolfgang Rathert**  
Er ist Experte für Community Building und Gamification und leitet an der HSLU den CAS Digital Customer Experience.

### Wertschöpfung in Communities



### Die Rolle des Community Managers im Spannungsfeld Unternehmen - Kunde: Potenziale und Herausforderungen



### Fragen aus dem Plenum

