

# Soziale Medien im Dienste des Networkings und Marketings für PsychologInnen<sup>1)</sup>

Using Social Media for Networking and Marketing for Psychologists

Sabine Edlinger-Starr

Themenschwerpunkt Kommunikation, Werbung & Marketing

## Zusammenfassung

Dieser Artikel gibt einen Überblick über den Einsatz des Internets und sozialer Medien für PsychologInnen zur Vernetzung mit KollegInnen, Weiterbildung und vor allem zur Informationsdarbietung über die eigenen Angebote und Expertise. Die einzelnen Medien und Portale werden kurz vorgestellt und besprochen. Ziel des Artikel ist es, eine Palette an Möglichkeiten zu zeichnen und zu diskutieren, um PsychologInnen eine Neuevaluierung Ihrer KlientInnenakquise und professionellen Austausches und Weiterbildung zu ermöglichen, wobei kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird. Je nach Arbeitsfeld der einzelnen PsychologInnen und Coaches sind unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten sinnvoll und zielführend.

## Abstract

This article provides an overview of the application of the internet and social media websites for psychologists in order to network with colleagues, get continuing education and most of all offer information about their own services and expertise on the internet. The various media and portals will be introduced and discussed. The objective of the article is to introduce psychologists to new venues of getting clients, of networking and continuing education. Depending on the field of work different applications will be useful and effective for psychologists and coaches.

## 1. Einleitung

In meiner Arbeit als Coach und aus der Psychologie kommend habe ich vermehrt auch PsychologInnen und PsychotherapeutInnen damit geholfen, den Übergang zum Coaching zu vollziehen und eine Coachingpraxis

aufzubauen. Das effiziente Marketing für Coaches sieht oft sehr anders aus, als es PsychologInnen von ihrer traditionellen psychologischen Praxis her gewöhnt sind. Finanzierungen durch Krankenkassen sind auch in der kleinsten Form keine Option mehr für die KlientInnen. Auch sind altbewährte und -bekannte Vernetzungsmöglichkeiten in der noch jungen Coaching Community oft nicht oder wenig erfolgreich. Dieser Artikel dient dazu, einen Einblick in die Marketingmöglichkeiten zu erhalten. Da die Bandbreite des „Marketing Wheels“ sehr groß ist und auch allzu häufig ein Gefühl des Überfordertseins auftauchen kann, beschränke ich mich hier auf die gängigsten Sozialen Medien und Internetservices für Marketing und Kommunikation im Internet. Während PsychologInnen in diversen Arbeitsgebieten aus unten genannten Gründen eher sparsam mit der Nutzung des Internets für ihre Arbeit sowie auch privat verbleiben werden, kann es für viele Bereiche eine wirkungsvolle Ergänzung und/oder Aktualisierung ihres Umganges mit Kundenakquise, Netzwerken und Weiterbildung bedeuten.

Was sind „soziale Medien“ oder auch Social Media genannt? Dave Evans (2010) entscheidet sich in seinem, dem Marketing durch Soziale Medien gewidmeten Buch für die Definition nach dem Online-Lexikon Wikipedia ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)): Demnach sind soziale Medien online Medien, auf denen Neuigkeiten, Fotos, Videos und Podcasts durch entsprechende Webseiten publik gemacht werden können, indem sie online gestellt (gepostet) werden. Üblicherweise können diese dann auch nach ihrer Popularität beurteilt werden (Wikipedia, 12. Jänner 2008, zitiert nach Evans). Evans (2008) beschreibt die Faszination sozialer Medien und deren vermehrte Verwendung und Wirkung durch das angeborene Bedürfnis der Menschen, sich untereinander auszutauschen und in Verbindung zu sein. Dieses menschliche Bedürfnis werde von den Sozialen Medien gut erfüllt und könne das potentielle Gefühl der Überwältigung durch die vielen angebotenen Sozialen Medien und deren Anwen-