



Bundesverband Community Management e.V.  
für digitale Kommunikation und Social Media

## Stellenprofil

# Community Manager

---

---

## Vorwort

Social Media hat in den letzten Jahren eine bedeutende Stellung in der Gesellschaft eingenommen und sämtliche Lebensbereiche verändert. Dieser Prozess ist noch lange nicht abgeschlossen und stellt Unternehmen vor immer neue Herausforderungen. Um diese bestmöglich zu bewältigen braucht es Mitarbeiter, die in der Lage sind Chancen und Risiken der digitalen Veränderungen zu erkennen und diese strategisch im Unternehmen anzugehen. Strategisch deutet hier nicht nur die Kommunikation des Unternehmens auf die Bedürfnisse und Anforderungen des heutigen Kunden einzustellen, sondern das gesamte Unternehmen. Schon an dieser Stelle wird klar, dass es hier mehr als den Praktikanten bedarf, der nebenbei Katzenbilder auf Facebook postet.

Wir benötigen in Deutschland klar definierte Berufsbilder für die digitale Welt, damit Bildungsträger die Möglichkeit haben zeitgerechte Ausbildungsmöglichkeiten zu entwickeln und Unternehmen eine klare Vorstellung davon bekommen, wen Sie überhaupt für ihr Unternehmen brauchen. Das vorliegende „Stellenprofil Community Manager“ ist nach dem „Stellenprofil Social Media Manager“ das zweite von drei Stellenprofilen, mit denen der BVCM als Berufsverband für die digitalen Berufsbilder eine entsprechende Orientierung für Arbeitnehmer, Arbeitgeber und Bildungsträger bietet.

Die Berufsbilder wurden unter Mitarbeit von Praktikern aus den Berufsgruppen rund um Community und Social Media Management, sowie mit der Unterstützung von Personalern, über mehrere Iterationszyklen entwickelt. Dabei haben wir besonderen Wert darauf gelegt, dass wir eine sinnvolle idealtypische Abgrenzung der Berufsbilder voneinander schaffen, die sich nachvollziehbar in der Praxis umsetzen lässt. Damit legen wir an dieser Stelle einen Grundstein für die zukünftige Professionalisierung.

Durch die Kombination aus Aufgabenprofile, Anforderungsprofil und einer Muster-Stellenausschreibung definieren wir hier die drei wichtigsten Berufsbilder in einer bis dato einzigartigen Tiefe.

Eine spannende und erkenntnisreiche Lektüre wünschen



Ben Ellermann (1. Vorsitzender)



Vivian Pein (2. Vorsitzende)

## Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	04
<b>Aufgaben des Community Managers</b> .....	05
Dialog- und Schnittstellenfunktion .....	05
Community Building .....	05
Community Engagement .....	06
Community Support .....	06
Monitoring & Reporting .....	06
Führung des Community Teams .....	06
<b>Fazit</b> .....	06
<b>Stellenbeschreibung</b> .....	07
<b>Anhang - Kompetenzprofil und -modell Community Manager</b> .....	08
<b>Kompetenzstufen</b> .....	08
(1) Anfänger .....	08
(2) Fortgeschrittener .....	08
(3) Fachkraft .....	08
(4) Erfahrene Fachkraft .....	08
(5) Experte .....	08
<b>Kompetenzprofil</b> .....	09
<b>Kompetenzprofil Community Manager</b> .....	09
<b>Kompetenzmodell</b> .....	11
Fachliche Kompetenz .....	12
Methodenkompetenz .....	15
Persönliche Kompetenzen .....	16
Soziale Kompetenzen .....	18
Steuerungskompetenzen .....	19
<b>Autoren und Kontakt</b>	
<b>Autoren</b> .....	20
<b>Kontakt</b> .....	20

---

## Einleitung

Die Position des Community Managers (w/m) ist die zweite zentrale Funktion für das Social Media Engagement eines Unternehmens bzw. einer Organisation. Der Community Manager führt den direkten Dialog mit den Anspruchsgruppen und ist Gesicht und Sprachrohr für seine Organisation. Gleichzeitig nimmt er die Rolle als Anwalt und Vertrauensperson der Community ein.

Der Aufgabenschwerpunkt des Community Managers liegt auf dem plattformübergreifenden Dialog mit den Anspruchsgruppen seines Arbeitgebers. Dabei ist dieser für den gesamten Prozess von Auf- und Ausbau über die stetige Aktivierung bis hin zu Beobachtung und Auswertung zuständig. Der Community Manager kann jederzeit beurteilen, wie die Stimmung in der Community ist und welche Themen diese bewegt. Wie der Social Media Manager ([Vergleiche Stellenprofil des Social Media Managers](#)), benötigt auch der Community Manager Ansprechpartner in allen relevanten Abteilungen des Unternehmens. Er etabliert und optimiert Prozesse, die für eine möglichst optimale Betreuung der Community notwendig sind.

Der Community Manager hat ein feines Gespür für Inhalte, mit denen er in der Community gezielt Impulse setzen kann. Er ist Vorbild, Mentor, Moderator und Schiedsrichter bei allen Diskussionen innerhalb der von ihm betreuten Communities über alle Plattformen. Dazu gehört auch die Fähigkeit, kritische Themen und hitzige Debatten zu beruhigen. Er kann beurteilen, wann ein hartes Durchgreifen unumgänglich ist und wie Trolle in ihre Schranken gewiesen werden können. Er motiviert Nutzer zur Interaktion.

Durch die enge Bindung zur Community kennt niemand die Bedürfnisse und Belange der Zielgruppe besser als er. Das macht ihn zum wichtigsten Sparringpartner des Social Media Managers – eine Begegnung auf Augenhöhe, dank seiner hohen Fachkompetenz in seinem Metier. Damit hilft er den Social Media Managern bei der übergreifenden, strategischen Planung des Social Media Engagements. Die Zusammenarbeit läuft Hand in Hand und auf einer vertrauensvollen Basis.

In diesem Papier beschreiben wir ausführlich das Aufgaben- und Anforderungsprofil für diese essentielle Position in der digitalen Kommunikation. Zunächst werden die Aufgabenbereiche skizziert und durch das Anforderungsprofil, inklusive des zugrundeliegenden Kompetenzmodells, ergänzt. Zum Abschluss findet sich ein Textvorschlag für ein Stellenprofil, das für die Suche eines solchen Kandidaten eingesetzt werden kann.

## Aufgaben des Social Community Managers

Die Aufgaben von Community Managern lassen sich sechs Aufgabenbereichen zuordnen. Diese müssen nicht zwingend in Personalunion ausgeführt werden:

1. *Dialog- und Schnittstellenfunktion: Der Community Manager führt den direkten Dialog mit der Community. Zu diesem Bereich gehören unter anderem das Influencer Management und auch die Krisenkommunikation.*
2. *Community Building: Der Community Manager verantwortet den strategischen Auf- sowie den Ausbau der Community, mit dem Ziel die Zahl der aktiven Mitglieder zu steigern.*
3. *Community Engagement: Hierbei geht es um die Aktivierung der Community mit den Unterbereichen Content Management, Community Compliance und gegebenenfalls auch Event Management.*
4. *Community Support: Dieser Punkt steht für die Unterstützung der Community bei Fragen rund um Produkte oder Dienstleistungen. Hierzu gehört auch der Bereich Kundenservice. Im Idealfall wird ein Teil dieser Aufgabe durch ein darauf spezialisiertes Team aus dem Kundenservice abgebildet.*
5. *Monitoring & Reporting: Überwachung von Stimmungen und Themen auf den betreuten Plattformen. Ein guter Überblick über die Community ermöglicht im Krisenfall ein schnelles Eingreifen.*
6. *Führung des Community Teams*

Die Gewichtung der Bereiche ist von Positionierung und Zielen der Organisation sowie vom Reifegrad des Social Media Engagements abhängig.

### 1. Dialog- und Schnittstellenfunktion

Der Dialog mit der Community ist die Kernaufgabe des Community Managers. Als direkter Ansprechpartner der Community in allen Belangen, weiß der Community Manager immer genau wie die Stimmung gerade ist und trifft stets den richtigen Ton. Er ist auf Augenhöhe mit den Mitgliedern und in seiner Schnittstellenfunktion gleichzeitig Vertrauensperson, sowie Vertreter für deren Belange in das Unternehmen hinein. Er kennt die Meinungsführer in der Community und weiß, wie das Unternehmen mit diesen gewinnbringend zusammenarbeiten kann. Ebenso hat der Community Manager schwierige Charaktere und Störenfriede stets gut im Griff, so dass der Alltag in möglichst geordneten Bahnen abläuft.

In Krisensituationen ist sein Gespür für die richtigen Worte unerlässlich, mit seinem analytischen Geschick erfasst er schnell die Situation und weiß welche Maßnahmen getroffen werden müssen, um die Community schnellstmöglich wieder zu beruhigen. Natürlich moderiert er wenn notwendig auch zwischen Community-Mitgliedern und sorgt so für eine positive Atmosphäre.

Ideal ist, wenn der Community Manager selbst Teil der Community ist und sich persönlich einbringt. Insbesondere in der Gaming Szene genießen manche Community Manager durch ein derartiges Engagement einen regelrechten Rockstar-Status.

### 2. Community Building

Eine Community ist in der Regel auf Wachstum ausgelegt. Entsprechend verfolgt das Community Building den Auf- und Ausbau der Community. Ziel ist die Mitgliedszahlen durch effektive Strategien nachhaltig zu steigern. Anhand von Tests und anderen Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung wird das Wachstum unterstützt und optimiert. Als Community Manager ist man für die strategische Weiterentwicklung der eigenen Community Plattform zuständig und arbeitet in enger Abstimmung mit dem Social Media Manager an der strategischen Bewertung von fremden Plattformen.

### 3. Community Engagement

Das Wachstum einer Community geht Hand in Hand mit der Aktivierung der Mitglieder. Dieses Feld zählt ebenfalls zu den Kernaufgaben des Community Managers. Durch sein tiefes Verständnis für die Motivationen und die Bedürfnisse der Community, weiß er ganz genau, wann und wie er Interaktionsimpulse setzen muss. Dazu plant und erstellt er einen Redaktionsplan mit relevanten Inhalten für das Content Management. Dieser Plan ist flexibel genug, um an aktuelle Gegebenheiten angepasst werden zu können. In der Regel erstellt der Community Manager die Inhalte selbst oder übernimmt die Qualitätskontrolle, wenn die Zulieferung von Dritten erfolgt.

Ein wichtiger Baustein des Community Engagement ist die Community Compliance. Damit wird für eine möglichst positive Kommunikationsatmosphäre gesorgt. Der Community Manager erarbeitet dazu Regeln und Richtlinien für das Verhalten innerhalb einer Community und ist auch für die Durchsetzung dieser Regeln verantwortlich. Hilfreich ist dabei die Organisation und Durchführung von Offline-Events für die Community. Entsprechende Organisationsaufgaben gehören ggf. ebenfalls zum Aufgabenbereich des Community Managers.

### 4. Community Support

Der Community Manager ist Ansprechpartner der Community. Dazu gehören alle Fragen rund um Produkte, Dienstleistungen oder Kundenservice. Im Idealfall wird ein Teil dieser Aufgaben von spezialisierten Community Managern aus dem Kundenservice abgebildet.

### 5. Monitoring & Reporting

Das tagesaktuelle Social Media Monitoring zur (teilautomatisierten) Kontrolle von Stimmungen und Themen auf den betreuten Plattformen gehört ebenfalls zu den Aufgaben des Community Managers. Dieses Monitoring ist wichtige Ausgangsbasis für eine langfristige Auswertung der Nennungen der betreuten Organisation im Social Web. Der Community Manager erstellt dazu Plattform-Reportings und arbeitet dem Social Media Manager für das Management Reporting zu.

### 6. Führung des Community Teams

Mit dem Wachstum einer Community können die Aufgaben zu umfangreich für einen einzelnen Community Manager werden. Daher kann die Führung von mehreren Community Managern ebenfalls zu den Aufgaben eines Community Managers zählen.

---

## Fazit

Durch die hohen kommunikativen und fachlichen Anforderungen an einen Kandidaten empfiehlt sich eine Person mit umfangreichem Erfahrungsschatz in digitaler Kommunikation oder Kundenservice.

Ein Studium der Kommunikations-, Sozial- oder Wirtschaftswissenschaften ist förderlich, kann jedoch durch gleichwertige praktische Berufserfahrung und Ausbildung ersetzt werden. Entsprechend ist ein Kandidat mit viel praktischer Erfahrung einem zertifizierten Community Manager mit weniger Praxiserfahrung gleichzusetzen.

Eloquenz, Empathie und eine selbstsichere Ausstrahlung sind genauso bedeutend wie die Fähigkeit, Bedürfnisse der Nutzer mit den Möglichkeiten des Unternehmens in Einklang zu bringen. Hohe Motivation und Einsatzbereitschaft runden das Profil ab. Ein exemplarisches Stellenprofil finden Sie auf der nächsten Seite.

---

## Stellenbeschreibung

Hier möchten wir einen exemplarischen Vorschlag für das oben skizzierte Stellenprofil machen.

### Aufgabenprofil Community Manager

- *Du bist verantwortlich für den Auf- und Ausbau sowie die Aktivierung der Community und ihrer Mitglieder.*
- *Du planst und erstellst Inhalte, die zu der Community und unserem Unternehmen passen.*
- *Du bist eine lösungsorientierte Schnittstelle zwischen unserem Unternehmen und der Community.*
- *Dir ist die Gesundheit Deiner Community wichtig und Du kannst Stimmungen und Tendenzen richtig lesen und bewerten.*
- *Du bist Teil der Community, kennst Meinungsführer, Trolle und Kritiker und weißt, wie man mit diesen umgeht.*
- *Du bist verantwortlich für das Krisenmanagement und bist geschickt darin, die Wogen ggf. wieder zu glätten.*
- *Du betreust die Aktionen unseres Unternehmens on- und offline.*

### Voraussetzungen

- *Du bist offen für andere Menschen und beherrscht die Kunst der Moderation. Zwischen unterschiedlichen Positionen kannst Du lösungsorientiert vermitteln.*
- *Du bist empathisch, hast eine hohe Frustrationstoleranz und nimmst Dir Dinge nicht zu Herzen.*
- *Du bist im Netz zuhause und kennst Dich mit den Gepflogenheiten, aber auch mit grundsätzlichen rechtlichen Grundlagen aus.*
- *Du agierst besonnen, behältst auch in hektischen Phasen den Überblick und kannst Dich durchsetzen, wenn es darauf ankommt.*
- *Du arbeitest gerne in Teams, bist offen, neugierig und triffst den richtigen Ton.*

## Anhang – Kompetenzprofil und -modell Community Manager

Um eine Bewertung von Bewerbern auf Positionen des Community Managers zu vereinfachen, haben wir im BVCM e.V. ein Kompetenzprofil und -modell für Community Manager erarbeitet. Diese Methode bewertet auf einer Skala von 1-5 die Notwendigkeit von fachlichen und persönlichen Kompetenzen eines Kandidaten. Je weniger Abweichungen ein Kandidat von diesem Idealbild hat, desto besser ist dieser für die Stelle geeignet.

### Kompetenzstufen

Die Bewertung findet auf Basis des Stufenmodells der Kompetenzentwicklung nach Stuart Dreyfus statt. Dieses Modell ordnet die Kompetenzen einer Person in fünf Stufen vom *Anfänger* (1) bis zum *Experten* (5) ein.

#### (1) Anfänger

Der Anfänger hat keinerlei Erfahrungen, er hält sich strikt an gelehnte Regeln und Verfahrensweisen und benötigt handlungsleitende Anweisungen. Er ist nicht in der Lage, eigene Einschätzungen vorzunehmen oder Verantwortung zu übernehmen.

#### (2) Fortgeschritten

Fortgeschrittene kennen und bewältigen einfache Anwendungsszenarien. Dabei besteht ein Verständnis der Arbeitssituation und des Zwecks einzelner Tätigkeiten. Arbeitsschritte werden getrennt wahrgenommen und der Lernende widmet ihnen gleichmäßig seine Aufmerksamkeit. Insgesamt versteht der fortgeschrittene Lernende also das Konzept, kann aber nur Teilaspekte der Situation erfassen.

#### (3) Kompetent

Auf der Stufe Kompetent hat der Lernende schon einiges an Erfahrung und kann auf unerwartete Situationen reagieren. Aufgaben und Tätigkeiten werden bewusst geplant, Prioritäten gesetzt und Ziele verfolgt. Das Arbeiten wird routiniert.

#### (4) Erfahrene

Erfahrene haben viel Praxis in ihrer Tätigkeit und erkennen das gesamtheitliche Situationsbild (Big Picture). Sie sind in der Lage eigene Alternativen zu entwickeln, um ein Ziel zu erreichen.

#### (5) Experte

Der Experte greift auf einen großen Erfahrungsschatz zurück und verlässt sich nicht mehr allein auf bestehende Regeln und Leitbilder. Er hat ein tiefgreifendes Verständnis seines Themas und kann in Situationen intuitiv handeln. Wenn nötig bricht der Experte Regeln um ein besseres Ergebnis zu erreichen, hat kreative Ideen und Visionen.



## Kompetenzprofil

Das hier vorgestellte Kompetenzprofil für den Community Manager ist eine Weiterentwicklung der in 2012 durch den BVCM veröffentlichten Anforderungsprofile der digitalen Berufsbilder. Die erste umfassende Iteration fand im Rahmen der einjährigen Recherche für das Fachbuch „Der Social Media Manager“ (Galileo Verlag 2013) statt, die finale Ausbaustufe wurde in der Verbandsarbeit ausgearbeitet. In jedem Schritt wurden dabei Expertenwissen aus der beruflichen Praxis, Ergebnisse aus empirische Studien und Methodiken aus dem Personalwesen kombiniert.

Ziel ist es, Unternehmen und Organisationen bei der Einschätzung von Kandidaten Hilfestellung zu leisten. Eine ausführliche Beschreibung der einzelnen Fähigkeiten finden Sie hinter dem Kompetenzprofil.

## Kompetenzprofil Community Manager

	Anfänger	Fortgeschr.	Kompetent	Erfahrene	Experte
	1	2	3	4	5
<b>Fachliche Kompetenzen</b>					
Branchenwissen			•		
Soziale Netzwerke				•	
Marketing			•		
Online-Marketing			•		
Event Management			•		
Public Relations		•			
Unternehmensstruktur und -strategie		•			
Allgemeinwissen				•	
Juristische Kenntnisse				•	
Technische Kenntnisse			•		
Webtechnologien		•			
Webanalyse (Reporting, Monitoring)			•		
Produktentwicklung		•			

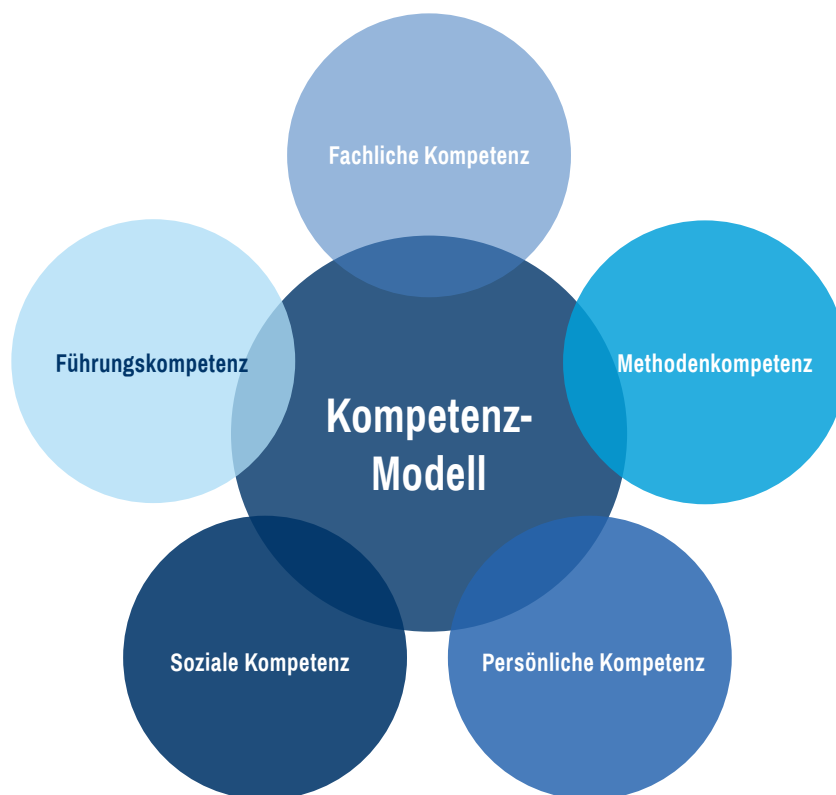
	Anfänger	Fortgeschr.	Kompetent	Erfahrene	Experte
	1	2	3	4	5
<b>Methodenkompetenz</b>					
Konzeptionelle Fähigkeiten				•	
Organisationskompetenz					•
Präsentationskompetenz			•		
Moderationskompetenz					•
<b>Persönliche Kompetenzen</b>					
Webaffinität					•
Offenheit und Spaß am Netzwerken					•
Gute Manieren und Umgangsformen					•
Herzblut / Leidenschaft					•
Diplomatisches Geschick				•	
Belastbarkeit, Frustrationstoleranz					•
Flexibilität				•	
Neugier und Lernbereitschaft				•	
Kreativität				•	
<b>Soziale Kompetenzen</b>					
Teamfähigkeit					•
Kommunikative Kompetenz					•
Empathie					•
Diplomatische Fähigkeiten				•	
<b>Steuerungskompetenzen</b>					
Durchsetzungsvermögen					•
Entscheidungskompetenz					•
Projektleitungsfähigkeit					•

## Kompetenzmodell

Die folgenden Ausführungen sind eine geringfügig modifizierte Version der Kompetenzbeschreibungen aus dem Buch „Der Social Media Manager“ von Vivian Pein. Sie ist derzeit zweite Vorsitzende des BVCM und leitet dort die Arbeitsgruppe Berufsbild.

Wir nähern uns den konkreten Anforderungen des Berufsbildes eines Community Managers mit Hilfe eines so genannten Kompetenzmodells. Dieses Kompetenzmodell fasst die benötigten Fähigkeiten, Fertigkeiten, Eigenschaften und Wissensanforderungen für die optimale Besetzung der Position des Community Managers zusammen. Typischerweise sind Kompetenzmodelle in fünf Bereiche unterteilt:

- *Fachliche Kompetenz*
- *Methodenkompetenz*
- *Persönliche Kompetenz*
- *Soziale Kompetenz*
- *Führungskompetenz*



## Fachliche Kompetenz

*Unter Fachkompetenz, Sachkompetenz, Fachkenntnis, Fachkunde, Sachkunde, Fachwissen oder auch Hardskills versteht man die Fähigkeit, berufstypische Aufgaben und Sachverhalte den theoretischen Anforderungen gemäß selbständig und eigenverantwortlich zu bewältigen. Die hierzu erforderlichen Fertigkeiten und Kenntnisse bestehen hauptsächlich aus Erfahrung, Verständnis fachspezifischer Fragestellungen und Zusammenhängen sowie der Fähigkeit, diese Probleme technisch einwandfrei und zielgerecht zu lösen. (Quelle: Wikipedia)*

Die lange Liste an fachlichen Anforderungen sollte dabei nicht verunsichern. Denn die Vielzahl an Kompetenzen sollte als Werkzeugkasten verstanden werden, aus dem der Social Media Manager, je nach konkreter Stelle, mal mehr und mal weniger Werkzeuge benötigt.

## Branchenwissen

Der Community Manager muss sich in der Branche seines Arbeitgebers auskennen oder zumindest gewillt sein, eine Menge darüber zu lernen. Jede Branche hat ihre Eigenarten, aus denen Chancen, aber auch Risiken entstehen. Ist der Kandidat branchenfremd, muss er genau diese Besonderheiten aufspüren und in der Kommunikation berücksichtigen. Das bedeutet, er muss sich auf die Branche einlassen, sich für die Themen begeistern können und ein Gespür dafür mitbringen. Fachbegriffe müssen ins Blut übergehen und ein kompetenter Dialog auf Augenhöhe problemlos geführt werden können.

## Soziale Netzwerke

Ein Community Manager muss die relevanten Netzwerke technisch, sowie strategisch genau kennen und aktiv nutzen. Idealerweise testet er, dort wo es möglich ist, auch neue Netzwerke und Funktionen, die interessant sein könnten. Darüber hinaus ist es wichtig, stets auf dem neuesten Stand der technischen Entwicklung zu sein und sich regelmäßig mit anderen Community Managern auszutauschen.

## Marketing

Ein solides Grundwissen zum Thema Marketing ist für einen Community Manager wichtig. Marketing wird hier im Sinne des beziehungstheoretischen Ansatzes als ganzheitliches Konzept – mit der Zielsetzung Kundenbeziehungen aufzubauen, zu stärken und zu erhalten – verstanden. Es muss das Wissen vorhanden sein, was eine Zielgruppe ist und wie man für diese die passenden Inhalte entwickelt. Ausdrücke wie „ROI“ und „KPI“ müssen ebenso bekannt sein wie „B2B“ und „B2C“.

## Online Marketing

*Eine weitere Schwerpunktrichtung sind Teilgebiete des Online Marketings. Die Grundprinzipien des viralen Marketings sind genauso bekannt wie die Begriffe Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Community Manager wissen, dass gute Videos online wirken und wie man visuelle Highlights mit Bildern setzt.*

### *Event Management*

Veranstaltungen, on- wie offline, bringen die Community näher zusammen und sorgen für Interaktion. Der Community Manager weiß, wie er ein gelungenes Event organisiert und dokumentiert, oder an welcher Stelle es sinnvoller ist, diese Aufgaben in andere Hände zu legen.

### *Public Relations*

Eine weitere Disziplin, in der ein Community Manager die Grundlagen kennen muss, ist das weite Feld der Public Relations (PR). "Das Hauptziel der externen Public Relations ist der strategische Aufbau einer Beziehung zwischen Organisationen (z. B. Unternehmen, gemeinnützigen Institutionen, Parteien) einerseits und externen Stakeholdern (z. B. Kunden, Lieferanten, Aktionären, Arbeitnehmern, Spendern, Wählern) andererseits, um Sympathie und Verständnis dieser Gruppen gegenüber der Organisation zu erzeugen." (Quelle: Wikipedia)

In diesen Bereich fällt Wissen zu den Themen Influencer Relations genauso wie Agenda Setting und interne Kommunikation. Gute Inhalte zu erstellen und aufzuspüren wird ebenso den Tugenden eines guten PR-Managers zugerechnet, wie die Fähigkeit in Krisenzeiten souverän zu kommunizieren.

Dementsprechend ist die Krisenkommunikation ein enorm wichtiger Aspekt der PR, die in Zeiten von Unruhen im Netz eine Grundlage für Ihre Social Media Aktivitäten bietet. Eine enge Zusammenarbeit mit der Unternehmenskommunikation ist unerlässlich. Auch hier gilt deshalb: Je genauer sich ein Kandidat in diesem Gebiet auskennt, desto besser funktioniert ein Austausch auf Augenhöhe.

### *Unternehmensstruktur- und strategie*

Zu den notwendigen Fähigkeiten gehört ebenfalls das Wissen darüber, wie Unternehmen und Organisationen funktionieren und welche Management-Methoden wann ihren Einsatz finden. Wir konzentrieren uns dabei auf die folgenden vier Schwerpunkte:

- Strategie: Community Manager wissen, was eine Strategie ist und welche Schritte notwendig sind, um eine zu erstellen.
- Change Management: Die Einführung von Social Media in einem Unternehmen geht mit notwendigen Veränderungen einher. Entsprechend müssen die Kandidaten eine Vorstellung davon haben, wie sie am besten mit den Reaktionen auf diese Veränderungen umgehen.
- Prozessmanagement: Eine Unternehmensorganisation ist für Community Manager kein schwarzer Kasten. Sie durchschauen Prozesse und erkennen, an welchen Stellen Social Media einen Mehrwert bringen können. Außerdem sind sie ggf. in der Lage, Vorschläge für die Anpassung von Geschäftsprozessen einzubringen, um den sich ständig verändernden Anforderungen der Sozialen Medien gerecht zu werden.
- Wissensmanagement: Community Manager bauen systematisch Wissen bei sich und anderen auf und kennen Methoden, dieses Wissen für alle schnell abrufbar zu dokumentieren. Sie unterstützen damit die Organisation, das angesammelte Wissen der Mitarbeiter sichtbar und nutzbar zu machen.

### *Allgemeinwissen*

Community Manager verfügen über ein umfangreiches Allgemeinwissen und erweitern dieses stetig. Ständiges Lernen ist für sie ganz natürlich, sie haben immer ein Auge auf aktuellen Nachrichten, interessanten Artikeln und neuen (Fach-)Bücher. So bleiben sie stets bei allen relevanten Themen auf dem Laufenden. Zum Bereich des Allgemeinwissens gehören auch Rechtschreibsicherheit und eine gute Ausdrucksweise. Letzteres ist von großer Bedeutung, da Community Manager für Unternehmen öffentlich sichtbar nach außen kommunizieren und an dieser Stelle einfach nicht angreifbar sein sollten.

### *Juristische Kenntnisse*

Die juristischen Stolpersteine bei Aktivitäten von Unternehmen im Netz sind umfassend. Ein Community Manager muss deshalb jedoch kein Jurist sein. Er sollte aber Kenntnisse über die wesentlichen, sich ebenfalls ständig verändernden rechtlichen Rahmenbedingungen besitzen und in der Lage sein, dieses Wissen aktuell zu halten.

### *Technische Kenntnisse*

Community Manager verbringen den Großteil des Tages mit der Arbeit an Rechner, Tablet oder Smartphone. Sie sollten bei der Nutzung ihrer Geräte entsprechend versiert sein. Dazu gehören auch Kenntnisse in Präsentationsprogrammen, wie Powerpoint oder Keynote, und Kenntnisse über die Erstellung von Auswertungen in Excel. Community Manager finden sich in Content-Management-Systemen (CMS) und ggf. auch korrelierenden CRM-Anwendungen für das „Customer Relationship Management“ zurecht. Ergänzende Kenntnisse und Fertigkeiten in den Bereichen Fotografie, Gestaltung, Videobearbeitung und Textredaktion sind für die Ausübung der Tätigkeit sehr hilfreich.

### *Webtechnologien*

Grundlagen in HTML, PHP und CSS sind sinnvoll, wenn dem Community Manager kein WYSIWYG-Editor zur Verfügung steht oder dieser nur unzureichende Ergebnisse liefert.

### *Webanalyse (Reporting, Monitoring)*

Für die Erfolgsbeurteilung in den Bereichen Engagement und Strategie braucht der Community Manager valide Zahlen und muss diese entsprechend auch interpretieren können. Diese Zahlen werden mit modernen Monitoring-Tools erhoben. Dazu muss der Community Manager diese Tools selbst einrichten können oder ggf. Vorgaben über die Art der zu erhebenden Zahlen machen können. Anschließend sind die Zahlen vom Community Manager in definierte KPIs und Kennzahlen abzubilden

### *Produktentwicklung*

In der Zusammenarbeit mit Agenturen und Entwicklern helfen insbesondere Grundkenntnisse zum Thema Produktentwicklung. Ein Social Media Manager sollten in der Lage sein, Vorstellungen klar zu vermitteln und mit Hilfe eines Wireframes zu visualisieren. Darüber hinaus sollte er die Begriffe Usability und User Experience kennen und verstehen, was damit gemeint ist.

### **Methodenkompetenz**

Methodenkompetenz bedeutet, dass der Kandidat bestimmte Methoden kennt, diese beherrscht und fähig ist, sie unter wechselnden Bedingungen zur erfolgreichen Bewältigung einer Aufgabe einzusetzen. Entsprechend werden dem Bereich Methodenkompetenz jene Fähigkeiten zugeordnet. Sie ermöglichen es, Aufgaben und Probleme zu bewältigen, indem sie die Auswahl, Planung und Umsetzung einer Lösungsstrategie ermöglichen. Community Manager sollten die folgenden Methodenkompetenzen aufweisen.

### *Organisationskompetenz*

Organisationskompetenz oder die Kunst, stets den Überblick zu behalten, ist eine essentielle Fähigkeit für einen Community Manager. Dazu gehören Selbstorganisation, die sorgfältige Planung von Aufgaben und Terminen und eine wirksame Prioritäteneinteilung. Wichtige Stichpunkte in diesem Zusammenhang sind Wissens- und Zeitmanagement. Darüber hinaus sollte er oder sie stets in der Lage sein, wichtige Informationen auf Anhieb zu finden, entsprechend ist eine strukturierte Arbeitsweise und eine ordentliche Struktur für die Ablage von Wissen und Unterlagen von großer Bedeutung.

### *Präsentationskompetenz*

Community Manager müssen ihren Aufgabenbereich immer wieder intern oder extern präsentieren. Das bedarf der Fähigkeiten, komplexe Sachverhalte zielgruppengerecht aufzuarbeiten, zu visualisieren und ansprechend vor Publikum zu präsentieren. Die Fachkompetenz des Community Managers macht hierbei nur einen kleinen Teil der Wirkung aus. Der Gesamteindruck einer Präsentation wird zu über 90% von Körpersprache, Ausdrucks- und Stimmvermögen des Vortragenden bestimmt. Community Manager sollten keine Angst haben, vor Publikum zu präsentieren.

### *Konzeptionelle Fähigkeiten*

Der Social Media Manager geht oft neue Wege, für die es noch keine bestimmte Vorgehensweise gibt. Aus diesem Grunde müssen Kandidaten in der Lage sein, ein Konzept zu entwickeln, das ans Ziel führt. Konzept bedeutet in diesem Zusammenhang, dass ein Plan ausgearbeitet wird, der ein Projekt in einem bestimmten Zeitraum zum erfolgreichen Abschluss führt. Diese Fähigkeiten benötigen die Kandidaten nicht nur im Projektmanagement selbst; schon die Vorbereitung einer Präsentation erfordert konzeptionelle Fähigkeiten. In beiden Fällen wird eine Strategie benötigt, um bestmöglich zum Ziel zu kommen.

### **Persönlichekompetenz**

Community Management ist mehr als ein Job, es ist eine Lebenseinstellung. Hat der Kandidat Spaß an Abwechslung und veränderlichen Herausforderungen, ist webaffin, kommunikativ, kreativ und neugierig, dann wird die Arbeit als Community Manager Spaß bringen – eine gute Voraussetzung für die erfolgreiche Ausübung der übertragenen Aufgabe.

#### *Webaffinität*

Ohne Netz geht es nicht. Wer nach dem Arbeitstag im Büro den Rechner nicht mehr anfassen möchte und sein Smartphone nur besitzt, um damit Musik zu hören, ist als Community Manager ungeeignet. Eine große Affinität zum Netz, neuen Technologie und Menschen ist Pflicht. Der Kandidat sollte daran interessiert sein, neue Dinge zu probieren, Chancen zu erkennen, mit diesen zu spielen und auch in seiner Freizeit damit zu „arbeiten“. Community Manager haben während ihrer Arbeitszeit selten die Gelegenheit, neue Soziale Netzwerke zu testen und nehmen häufiger an abendlichen Branchentreffen in ihrer Freizeit teil. Das bringt auf die Dauer nur Spaß, wenn die Kandidaten das Thema wirklich verinnerlichen.

#### *Offenheit und Spaß am Netzwerken*

Besonders bedeutend für Community Manager ist ein eigenes Netzwerk. Ein solches können die Kandidaten nur aufbauen, wenn sie Spaß am Netzwerken haben, möglichst viele (Fach-)Veranstaltungen besuchen und offen auf fremde Menschen zugehen können.

#### *Gute Manieren und Umgangsformen*

Eigentlich selbstverständlich, aber scheinbar nicht mehr ganz so in Mode, wie früher: Gute Manieren und Umgangsformen sind online wie offline Pflicht für einen Community Manager. Das betrifft insbesondere sensible Themen, wie zeitgemäße Rollenbilder von Mann und Frau in einer aufgeklärten Gesellschaft.

#### *Neugier und Lernbereitschaft*

Kaum etwas hat sich in den letzten Jahren so schnell weiterentwickelt wie die durch neue Technologien entstehenden Möglichkeiten. Soziale Netzwerke und die Gepflogenheiten drumherum gab es schon immer – nur haben sich viele Wege grundlegend verändert und vor allem stark beschleunigt. Mit diesen Entwicklungen müssen Community Manager Schritt halten können. Dazu gehört jeden Tag dazu zu lernen, neugierig zu sein und Spaß daran zu haben, neue Dinge auszuprobieren. Aber auch die Fähigkeit, Neuigkeiten im Gesamtkontext zu sehen und zu bewerten, ist wichtig, um zu erkennen, was sinnvoll für die Organisation ist und welcher Trend ruhig ausgelassen werden kann.

#### *Kreativität*

Community Manager müssen immer wieder improvisieren und dort kreative Lösungen finden, wo bisher das Ende des Horizonts war. Wenn die Kandidaten zusätzlich noch in der Lage sind, diese Lösungen dann systematisch so aufzuarbeiten, dass sie unter Berücksichtigung von Zeit und Ressourcen umsetzbar sind, haben sie die perfekte Voraussetzung.



### *Herzblut/Leidenschaft*

Herzblut ist eine der wichtigsten Eigenschaften eines Community Managers: Er muss seinen Job mit Herzblut und Leidenschaft machen, in seiner Rolle aufgehen, komplett hinter seiner Aufgabe und seinem Arbeitgeber stehen. Das ist nicht immer einfach und genau das ist der Punkt. Brennt jemand für seine Aufgabe, dann ist er mit 200 Prozent dabei und viel eher bereit, auch einmal Rückschläge in Kauf zu nehmen. Darüber hinaus ist es viel einfacher, Menschen von etwas zu begeistern, wenn man selbst davon überzeugt ist.

### *Belastbarkeit, Frustrationstoleranz*

Der Arbeitsalltag als Community Manager kann mitunter sehr stressig werden. Mehrere Abteilungen möchten gleichzeitig etwas von einem, der Präsentationstermin für die Geschäftsführung wird zwei Tage vorverlegt und zur Krönung rollt gerade ein Shitstorm auf die Organisation. Selbst unter solchen Umständen müssen Community Manager Ruhe bewahren und gute Arbeit leisten können. Auf der anderen Seite brauchen sie viel Geduld. Nicht jede Maßnahme zur Steigerung des Community Engagements ist von Beginn an von Erfolg gekrönt. Community Manager dürfen sich von Rückschlägen nicht runterziehen lassen und sich Niederlagen nicht zu Herzen nehmen. Generell müssen sie in der Lage sein, Ihre Ziele selbst gegen die größten Widerstände fest im Auge zu behalten und diese konsequent zu verfolgen.

### *Flexibilität*

Kandidaten, die sich einen Beruf wünschen, der fest planbar ist und stets geregelte Arbeitszeiten bietet, werden in dieser Position nicht glücklich. Die Sozialen Medien interessieren sich nicht für Arbeitszeiten und wenn es brennt, muss der Community Manager zur Stelle sein. Es geht dabei aber nicht nur um zeitliche Flexibilität. Improvisation wird immer wieder auf der Tagesordnung stehen, und Kandidaten dürfen sich nicht zu fein sein, dort mit anzupacken, wo es gerade nötig ist.

## **Soziale Kompetenzen**

Sozialkompetenz bezeichnet die Kenntnisse und Fähigkeiten, die eine Person benötigt, um erfolgreich eine Beziehung zu anderen Menschen aufzubauen und zu erhalten. Sie steht für ein gutes Miteinander am Arbeitsplatz und für erfolgreiche Team- und Gruppenarbeit.

### *Teamfähigkeit*

Ob in der Zusammenarbeit mit einem direkten oder einem abteilungsübergreifenden, interdisziplinären Team – Community Manager müssen teamfähig sein. Spannungen innerhalb eines Teams können auch in der Kommunikation nach außen durchscheinen. Schon aus diesem Grunde ist ein Einzelgänger, der Probleme damit hat, mit anderen zusammenzuarbeiten, in dieser Position fehl am Platze.

### *Kommunikative Kompetenz*

Ohne Kommunikation geht es nicht, denn sie ist die Basis für sämtliche Interaktionen und als Community Manager besteht der Tag überwiegend aus diesen. Kommunikative Kompetenz bedeutet, dass Community Manager effektiv, verständlich und bewusst kommunizieren können, ihrem Gegenüber aufmerksam zuhören, verstehen, was dieses möchte und darauf angemessen reagieren können. Damit ist nicht nur das gesprochene Wort gemeint, sondern insbesondere auch die Dinge, die zwischen den Zeilen stehen.

### *Empathie*

Empathie oder auch Einfühlungsvermögen ist die Fähigkeit, sich in eine andere Person hineinzusetzen und die Welt aus deren Sichtweise und Perspektive zu sehen, kurzum, diese wirklich zu verstehen. Empathie ist die wichtigste Voraussetzung für den Beziehungsaufbau. Diese Eigenschaft ist für Community Manager elementar, denn sie müssen in der Lage sein, die Bedürfnisse der unterschiedlichsten Menschen zu erkennen und non-verbale Botschaften zu verstehen. Empathie versetzt Community Manager in die Lage, ihr Gegenüber mit den Argumenten zu überzeugen, die für dieses wirklich relevant sind, und Konflikte vorzubeugen. Darüber hinaus werden empathische Menschen oftmals als besonders sympathisch wahrgenommen, weil sie in der Sprache ihres Gegenübers sprechen können.

### *Diplomatische Fähigkeiten*

Community Manager müssen in der Lage sein, die Beweggründe ihres Gegenübers zu verstehen und gemeinsam eine Lösung zu finden, die für beide Seiten zufriedenstellend ist. Dabei verlieren sie ihr Ziel nie aus den Augen, aber sind bereit neue Wege zu gehen. Dieses Prinzip gilt natürlich auch, wenn der Community Manager zwischen dritten vermittelt.

## Steuerungskompetenzen

### *Durchsetzungsvermögen*

Durchsetzungsvermögen bezeichnet die Fähigkeit einer Person, gesetzte Ziele auch gegen den Widerstand von anderen Personen weiterzuverfolgen und zu erreichen. Auftretende Konflikte werden dabei offen und fair gelöst. Community Manager müssen oft gegen Widerstände arbeiten. In solchen Situationen müssen sie ihre Position entschieden vertreten und durchsetzen können. Sie dürfen keine Angst vor Obrigkeiten haben, sondern müssen sich trauen, einem Vorstandsvorsitzenden zu sagen, dass sein Auftrag so nicht ausgeführt werden kann.

### *Entscheidungskompetenz*

Community Manager müssen in der Lage sein, in schwierigen Situationen klare Entscheidungen zu treffen und diese vor anderen zu vertreten. Sie müssen auch in Stresssituationen einen klaren Kopf behalten und auf Basis der Faktenlage Entscheidungen fällen können, die im Anschluss auch schlüssig gegenüber Außenstehenden verargumentiert werden können.

### *Projektleitungsfähigkeit*

In der Zusammenarbeit mit interdisziplinären Teams gilt es oft, unterschiedlichste Charaktere, sowohl in fachlicher als auch persönlicher Hinsicht, zu einem guten Ergebnis zu führen. Diese Rolle müssen Community Manager ausfüllen, schon bei der Planung die unterschiedlichen Fähigkeiten ihrer Teammitglieder berücksichtigen und die Aufgaben optimal verteilen. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, dass das Projekt termingerecht läuft.

---

## Autoren und Kontakt

---

### Autoren

Autorin: Vivian Pein

Co-Autoren/Mitwirkende: Simon Dückert, Svenja Goebel, Beatrix Gutmann, Linda Konter, Silvio Michel, Bianca Oertel, Oliver Rührig, Michael Unterberger & Pamela Unterberger, Stefan Evertz & Katja Evertz

---

### Kontakt

[info@bvcm.org](mailto:info@bvcm.org)

<http://www.bvcm.org>