



# Den richtigen Ton auf Social Media treffen

Pflegedienste sollten bei ihrer Kommunikation in den sozialen Medien ein paar ungeschriebene Regeln bezüglich Tonalität und Ansprache beachten.

**W**ir alle kennen das aus unserem Alltag: Je nach Situation verwenden wir eine andere Sprache. Gespräche in der Bankfiliale etwa laufen anders ab als ein Plausch unter Nachbarn. Die natürliche Sprache kennt hier ganz eigene Dynamiken, die wir uns mit dem Spracherwerb aneignen.

Auch Social Media hat ein paar ungeschriebene Regeln, was Tonalität und Ansprache betrifft. Das sollten Pflegedienste bei ihrer Kommunikation in den sozialen Medien stets beachten.

## Wie die richtige Ansprache finden?

Auch wenn Sie die sozialen Medien als Unternehmen nutzen, bleiben Facebook und Co. ein stark informeller Raum. Der Großteil aller Menschen, die Sie hier antreffen, ist höchstwahrscheinlich privat unterwegs und nutzt Social Media in seiner Freizeit. Entsprechend hat sich das Du etabliert. Das bringt auch für eine betriebliche Nutzung Vorteile mit sich. So schafft das Duzen Nähe und Vertrauen sowie eine höhere Bereitschaft für Interaktionen wie Kommentare, Nachrichten oder Fragen. Siezen ist natürlich nicht verboten, sollten Sie diese Ansprache bevorzugen. Üblich ist es aber eher bei der Vermarktung von Stellenanzeigen, sofern das Personal auch intern gesiezt wird.

Im Grunde ist die Ansprache abhängig vom Kommunikationsziel und der Unternehmensphilosophie. Wichtig ist die Einheitlichkeit – besonders auch dann, wenn Sie mehrere Kanäle betreiben. Das trägt wesentlich zu Ihrem Wiedererkennungswert bei.

Doch Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel: Plattformen wie LinkedIn oder Xing verfolgen eine



andere Intention, als etwa Instagram das tut. Hier wird für gewöhnlich gesiezt. Damit dennoch kein Bruch zwischen Inhalt und Ansprache entsteht, bestücken Sie diese Kanäle am besten auch gleich mit anderen Themen.

Sie bespielen die sozialen Medien bereits und wollen nun vom förmlichen Sie zum persönlichen Du wechseln? Keine Sorge, ein solcher Wechsel ist jederzeit möglich und bedarf auch keiner großen Ankündigung. Relevant ist nur, dass sie den Umbruch dann auch konsequent beibehalten.

## Fazit

Die sozialen Medien sind ein sehr persönlicher Raum, in welchem eine informelle Sprache gebräuchlich ist. Auch als Unternehmen können Sie in Ihren Posts, Kommentaren und Nachrichten das Du verwenden. Je nach Firmenphilosophie ist selbstverständlich auch das Sie möglich, wenn das eher Ihren Vorstellungen entspricht. Für welche Ansprache Sie sich auch entscheiden, sollten Sie unbedingt konsequent bei Ihrer Wahl bleiben.

## Praxistipp

Junge Zielgruppe = junge Sprache! Natürlich können Sie je nach Kanal und Zielgruppe auch die Wortwahl in Maßen anpassen. Auf Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube sind jüngere Menschen anzutreffen, die über eine andere Sprache abgeholt werden können als ältere Personen. Bleiben Sie weiterhin beim Du, aber variieren Sie in der Sprach- und Themenauswahl ein wenig. Vielleicht finden sich in Ihrem Pflegedienst ja Auszubildende oder junge Fachkräfte, die dabei behilflich sein können.



**Giovanni Bruno**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter fokus  
digital GmbH  
[www.fokus-d.de](http://www.fokus-d.de)