


Soziale Netzwerke auch für Unternehmen?

 | Thomas Burgard

Die „Sozialen Netzwerke“ (in engl. „social networks“) beherrschen seit geraumer Zeit das Medium Internet. Sie sind in der Tat zu einem Hype-Thema in der Gesellschaft geworden. Können auch Unternehmen davon profitieren? Dieser Frage geht Thomas Burgard nach und beleuchtet die Hintergründe.

Im Zeitalter der digitalen Kommunikation mit all seinen Technologien ist das Grundbedürfnis der zwischenmenschlichen Kommunikation eigentlich nicht verändert. Lediglich die Möglichkeit der elektronischen Kommunikation ist neu hinzugekommen. Was ist nun neu? Durch das Medium Internet ist es nun möglich, einfach, schnell, kostengünstig und fast von jedem Platz der Erde 24/7 mit anderen Menschen über das Internet zu kommunizieren. Dadurch gelangt natürlich eine unglaubliche Informationsflut zu den Menschen, die wohl ohne bestimmte Kommunikationsdienste im Internet nicht zu bewältigen wären. Die Kommunikationsbeziehungen im World Wide Web gehorchen im Großen und Ganzen denselben Prinzipien wie im realen Leben. Man tauscht sich Informationen aus, versendet Neuigkeiten, zeigt den anderen Fotos, teilt gemeinsame Interessen, diskutiert über bestimmte Geschehnisse, verabredet sich, und vieles mehr. Erstmals ist es dem Menschen möglich, mit einem Mausklick die potenziellen Kunden zu erreichen. Also auch ideal für Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen einer breiten Masse bekannt machen möchten. Aber auch Vertrauen gewinnen und die Kunden aktiv beim Entwicklungs- bzw. Entstehungsprozess von Produkten dabei

sein zu lassen. Das heißt konkret, die Kunden im Entwicklungsprozess aktiv beteiligen, um die Produkte kundenorientiert zu entwickeln. Für Unternehmen heißt der entsprechende Fachbegriff „Social Media Marketing“.

Die Kunst für Unternehmen besteht nun darin, die „Communities“ im „social network“ richtig zu nutzen, um einen höchstmöglichen Erfolg dabei zu erzielen. Das Gute ist, kleine Unternehmen können mit wenig Budget gleichviel erreichen wie große Unternehmen. Was gehört dazu? Mut und Vertrauen zu den Kunden, aber auch Kritikfähigkeit und Ehrlichkeit. Das sind Tugenden, die bei Verbrauchern groß geschrieben werden, und das ist auch gut so.

Was bedeutet der Begriff „Soziale Netzwerke“ bzw. „Soziale Medien“?

Wikipedia beschreibt die beiden Begriffe folgendermaßen: „Soziale Netzwerke im Sinne der Informatik sind Netzgemeinschaften bzw. Webdienste, die Netzgemeinschaften beherbergen. Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (User Generated Content), bezeichnet man diese auch als soziale Medien. Soziale Netzwerke stehen umgangssprachlich für eine Form von Netzgemeinschaften, welche technisch durch Webanwendungen oder Portale beherbergt werden.“

Was gehört zu den sozialen Medien?

Zu den „social networks“ und „social media“ zählen unterschiedliche Internet-Dienste (bzw. Portale) wie:

- Weblogs (z.B. www.blogger.com)
- Microblog Twitter (twitter.com)
- Facebook (www.facebook.de)
- Xing (www.xing.com/de)
- LinkedIn (www.linkedin.com)
- YouTube (www.youtube.com)
- Flickr (www.flickr.com) etc.

Die obige Auflistung soll nur die bekanntesten Dienste bzw. Portale nennen.

Weblogs

Weblogs oder kurz „Blogs“ sind sogenannte „Content Management Systeme“ (CMS), mit denen der Dienstnutzer sehr einfach Artikel, die als „Posts“ bezeichnet werden, veröffentlichen kann. Diese soziale Komponente darin ist die Möglichkeit, einen veröffentlichten Artikel von den Lesern zu kommentieren. Dieser Dienst ist für Unternehmen ideale Marketingmaßnahmen, um die Verbraucher und Kunden z.B. in bestimmte Unternehmensprozesse einzubeziehen. Unternehmen können sich Feedback einholen, um ihre Produkte zu verbessern. Als beispielhaft ist das Unternehmen „Apple“ oder „IBM“ zu nennen. Beide Unternehmen unterhalten mehrere Weblogs, um aktiv mit

den Kunden zu kommunizieren. Ein weiteres Merkmal von Blogs ist die optimale Vernetzung bzw. Verbindung zu anderen „social network“-Diensten wie z.B. „Twitter“. Blogdienst-Anbieter wie z.B. „Blogger“ (www.blogger.com) sind sogar noch kostenfrei und sehr leicht in der Nutzung.

Möchte der Blog-Betreiber eine eigene Blog-Software auf dem eigenen Web-space installieren und das Aussehen der Blog-Website mit dem eigenen „Corporate Design“ selbst in der Hand haben, so ist die bekannte und kostenfreie „Open Source“ Blog-Software „WordPress“ (<http://de.wordpress.org/>) zu empfehlen.

Twitter

Twitter ist ein weiterer „Blogging-Dienst“ mit dem Unterschied, dass die Posts nur 140 Zeichen lang sein dürfen, deswegen auch die Bezeichnung „Microblogging“. Der Dienst ist kostenfrei und sehr einfach in der Bedienung. Twitter ist gerade für kleinere Unternehmen sehr interessant, um weitere Aufmerksamkeit bei den potenziellen Kunden zu schaffen. Zum Beispiel können Unternehmen Events und besondere Produktangebote über Twitter verbreiten. Des Weiteren kann Twitter mit Weblogs vernetzt werden, sodass ein Blog-Beitrag automatisch auch bei Twitter gepostet wird (natürlich nur 140 Zeichen, alles darüber wird verlinkt). Mit einem „Tweet“, so wird ein Kurzaufsatz bei Twitter bezeichnet, kann z.B. auch ein Artikel im Weblog des Unternehmens angekündigt und verlinkt werden. Sehr effizient bei Twitter sind die sogenannten „Retweets“, die als Marketingmaßnahme eingesetzt werden können. Mit Retweets kann man sehr schnell Nachrichten im Twitter-Dienst verbreiten. Ein Retweet ist ein Weitersenden von anderen erhaltenen Tweets.

Facebook

Die Plattform „Facebook“ ist derzeit wohl die bekannteste „social network“-Anwendung und bietet eine unglaubliche Anzahl an Funktionen bzw. Applikationen, die sogenannten „Apps“. Unternehmen können kostenfrei „Pages“ (Seiten) anlegen, mit denen Produkte, Events, Angebote, Fotos, Videos und

vielen mehr als Posts veröffentlicht werden können. Die Posts können die potenziellen Kunden wiederum kommentieren und somit den direkten Draht zu den Kunden bilden.

Natürlich ist die Vernetzung zu Weblogs und Twitter mit Facebook-Applikationen möglich und bietet gerade für Unternehmen optimale Möglichkeiten des Marketing. Schätzungsweise sind für Facebook ca. 400.000 Applikationen verfügbar.

Durch die unglaublich hohe Anzahl an Facebook-Mitgliedern weltweit, bietet Facebook für Unternehmen ungeahnte Möglichkeiten.

Xing und LinkedIn

Xing und LinkedIn sind beides „Kontakt“-Plattformen vorrangig für Unternehmen, die ihr Kontaktnetzwerk öffentlich mitteilen und natürlich auch neue Geschäftskontakte knüpfen möchten. Xing ist jedoch weiter verbreitet und bietet im Gegensatz zu LinkedIn deutlich mehr Funktionen. Eine interessante Funktion bei Xing sind die sogenannten „Gruppen“ (bzw. Foren), denen man beitreten kann und somit direkten Interessenaustausch mit anderen Mitgliedern hat und das Netzwerk erweitern kann.

Der Premium-Bereich bei Xing bietet erweiterte Funktionen und sollte auch von Unternehmern genutzt werden (z.B. erweiterte Nachrichten- und Such-Funktionen). Mittlerweile können Unternehmen bei Xing auch eine „Unternehmenspräsenz“ (so wie Facebook-Pages) erstellen, mit denen ein Unternehmen ihr Profil und Kompetenzen anderen Xing-Mitgliedern präsentieren können.

YouTube

Auf dem kostenfreien YouTube-Portal können „Video-Feeds“ veröffentlicht werden, die sogar mittels einer Programmierschnittstelle auf eigene Webseiten eingebunden werden können. Ideal für Unternehmen, um z.B. Werbe-Videos von Produkten als Marketingmaßnahme einer breiten Masse zu präsentieren. Zu beachten ist jedoch, dass die Werbe-Videos so wenig als möglich Werbe-Charakter besitzen sollen, da reine Werbe-Videos bei YouTube eher verpönt sind.

Flickr

Flickr zählt zu den sogenannten „Foto-sharing“-Diensten und ist ideal zur Präsentation von Unternehmen-Fotos, wie z.B. Produktfotos, Datenblätter und Marken. Die Bilder auf Flickr lassen sich auch von Unternehmen-Websites verlinken und erhöhen somit die Wahrnehmung eines Unternehmens.

Fazit

Mittels „social networks“ und „social media“ kann die Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens stark verbessert werden und es wird eine bessere Transparenz des Unternehmens erreicht. Man hat die Kunden ohne Umwege schnell erreicht und kann eine bessere Beziehung zu den Kunden pflegen. Der große Vorteil liegt in der gegenseitigen Vernetzung bzw. Verkopplung der verschiedenen Dienste miteinander und somit einer optimalen Kundenbindung. Voraussetzung für den Einsatz von „social networks“ und „social media“ ist eine Strategie, Ehrlichkeit und Disziplin im regelmäßigen Erstellen von Beiträgen. Nach derzeitigen Analysen wird „social networks“ und „social media“ weiter an Bedeutung gewinnen und für Unternehmen unabdingbar sein.

autor.



Thomas Burgard entwickelt Applikationssoftware und professionelle Internetauftritte für Unternehmen.

kontakt.

Thomas Burgard Softwareentwicklung & Webdesign

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Burgard
Bavariastr. 18b, 80336 München
Tel.: 0 89/54 07 07-10
E-Mail: info@burgardsoft.de
www.burgardsoft.de
burgardsoft.blogspot.com
twitter.com/burgardsoft