

Soziale Medien intelligent nutzen

von Simon Künzler, Partner bei Xeit GmbH, Marketing & Conversations

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Social Entrepreneurs sind lösungsorientierte Mitmenschen, die mit ihrem Businessmodell gesellschaftlichen und finanziellen Mehrwert schaffen möchten. Gerade mit diesem «doppelten» Gewinn wird die Kommunikation besonders anspruchsvoll, aber auch Erfolg versprechend. Social Entrepreneurs besitzen nicht nur nüchternen Verstand und agieren mit Finanzkalkül, sie bringen weitere Werte in die Diskussion. Dies gilt es in der Kommunikation klug zu nutzen, besonders in der Welt der sozialen Medien.

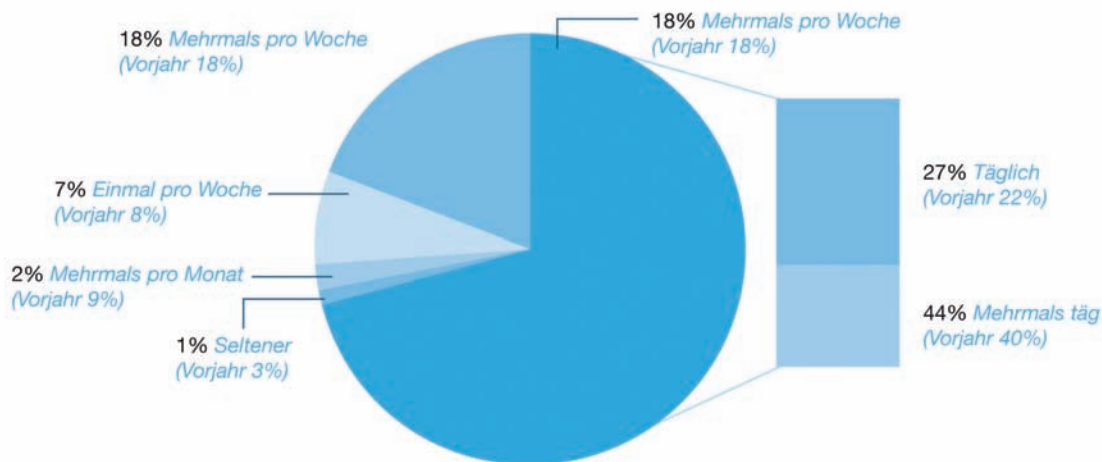
Social Media – die Vorteile überwiegen

Soziale Medien wie Facebook, Twitter, YouTube und andere Plattformen dieser Art sind weniger aus einem Problem heraus entstanden, sondern

den Beziehungen aufgebaut und vertieft. Plötzlich ist man als Unternehmen mit seinen Angeboten und Services mitten im Gespräch. Kaufentscheidungen werden über Soziale Medien gefällt, Weiterempfehlungen über eben solche verbreitet. Dennoch gilt es zu beachten: Social Media sind gratis, nicht aber Social Media Marketing. Insbesondere die Bewirtschaftung sozialer Medien ist mit einem großen zeitlichen Aufwand verbunden. Auch stehen diese neuen Medien mit den klassischen Werbe- und Kommunikationsformen nicht in einem Konkurrenzverhältnis, sondern ergänzen sich gegenseitig.

Was heisst das für Social Entrepreneurs?

In einer Welt des Überflusses und der Überreizung entscheidet heute der gezielte Einsatz der



Häufigkeit der Nutzung von Social Networks, Quelle: Künzler/Iltgen, Studie Web 2.0 – Die Zweite

aus einem Bedürfnis: dem der Kommunikation. Mittlerweile sind sie aus dem privaten Kommunikations-Alltag nicht mehr wegzudenken und gehören in jeden zeitgemässen Marketing- und Kommunikations-Mix. Ein wesentlicher Vorteil gegenüber klassischen Werbeformen ist dabei die mehrseitige Kommunikation: Anregungen und Anliegen, aber natürlich auch kritische Rückmeldungen nimmt die Social-Media-Teilöffentlichkeit innert kürzester Zeit auf. Man kann im Grunde den Puls des (potenziellen) Kunden fühlen. Dabei wer-

richtigen Instrumente im Marketing und in der Kommunikation über Erfolg und Nicht-Erfolg. Insbesondere bei Start-ups, da sich diese und deren Produkte noch nicht in den Köpfen potenzieller Kunden und anderen Zielgruppen etabliert haben. Gerade jungen, aufstrebenden Start-ups ist die Nutzung sozialer Medien anzuraten: Mit vergleichsweise wenig finanziellem Aufwand kann mit viel Herzblut, Einsatz und Engagement eine solide Fan-Base aufgebaut werden, mit der ein kommunikatives Verhältnis möglich ist und aus

der sich über die Zeit Supporter und eben Käufer rekrutieren lassen.

Viele private User positionieren sich auf Facebook und zeigen ihr soziales Engagement, indem sie andere Pinnwandeinträge oder News zu gesellschaftsrelevanten Themen auf ihrer eigenen Pinnwand mit ihren Freunden teilen. Eine weitere Eigenschaft sozialer Medien ist die Viralität. Weil die Vernetzung unter den Usern einen hohen Grad aufweist, können die Informationen lawinenartig innert kürzester Zeit um die ganze Welt gelangen. Deshalb sind Social Media eine «günstige» Plattform für das Streuen von Informationen. Als Social Entrepreneur gilt es, dieses Potenzial gezielt und gekonnt auszuschöpfen. Soziale Medien funktionieren sehr stark über emotionale Bezüge und Verbindungen. Diesen Anknüpfungspunkt können die Social Entrepreneurs auf intelligente Art und Weise durchaus für sich nutzen.

Auch Social Media will gelernt sein

Wie schon viele Beispiele gezeigt haben, bergen die sozialen Medien aber auch Stolpersteine. Aus einem ungeübten Umgang mit dem Mitmach-Web und seinen Nutzern können ungewollte Folgen

resultieren. Deshalb ist es empfehlenswert, eine taugliche Social-Media-Strategie zu erarbeiten und sich über Schulungen das handwerkliche Rüstzeug anzueignen. Ein in sich stringentes und auf die klassischen Werbemaßnahmen abgestimmtes Konzept gehört zu einem professionellen Auftritt in sozialen Medien ebenso wie die auf CI/CD justierte visuelle Umsetzung auf Facebook, Twitter, YouTube & Co.

Wenn also Social Media professionell durchdacht und gezielt angewandt werden, können sie für einen Social Entrepreneur zu dem werden, was sie sein sollten: ein relevantes Mittel auf dem langen Weg zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems mit finanziellem und sozialem Mehrwert.

Die Social Media Agentur „zeit“ unterstützt Social Entrepreneurs mit Spezialkonditionen: www.zeit.ch oder www.facebook.com/zeitgmbh.

