

Online-Präsenz von Firmen: Ohne Netz geht nichts mehr



Heute ist das Internet für die Marketingstrategen in den Unternehmen selbstverständlicher Bestandteil des Kommunikationsmixes geworden. Doch welche Social-Media-Plattformen eignen sich besonders für welchen Unternehmensauftritt, und wie klicken die Kunden?

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[E-Mail](#)

[Drucken](#)

Unternehmen nutzen ihre Online-Auftritte in erster Linie, um ihre Marke zu pflegen und für ihre Produkte und Dienstleistungen zu werben. Ausserdem wollen sie sich im Rahmen ihres Employer Brandings als attraktiver Arbeitgeber für qualifizierte Fachleute positionieren.

Wer in den Dialog mit seinen Kunden treten will, kommt deshalb um Facebook kaum herum. Das gilt beispielsweise auch für einen der bekanntesten Uhrenhersteller: Rolex teilt [auf seiner Facebook-Page](#) Fotos und Videos, stellt die neuesten Uhren vor oder informiert über die Historie von Vintage-Zeitmessern aus eigenem Hause. Das Engagement lohnt sich für die Marke: 7,4 Millionen Follower haben bisher auf den „Gefällt mir“-Button geklickt, insgesamt hat die Rolex-Community 7,5 Millionen Abonnenten.

Lokale Portale für Kundennähe, Social Media für Reichweite

Firmen mit regionaler Kundschaft oder regionalem Bewerberpool nutzen Community-orientierte lokale Portale wie [wil24.ch](#), [uzwil24.ch](#), [gossau24.ch](#) und [herisau24.ch](#) als Medienpartner. In diesem Umfeld profitieren sie von hoher Glaubwürdigkeit, von der Nähe zu den Zielgruppen und erhalten für ihre Firmennews - ohne eigenen Zusatzaufwand - noch grössere Reichweiten, weil diese Plattformen ihre Inhalte auch via Social Media verbreiten.

Geschäftskontakte und Rekrutierung

Geschäftskontakte zu knüpfen und potenzielle Bewerber von sich zu überzeugen. So präsentiert sich das Finanzdienstleistungsunternehmen [Swiss Life Select auf seiner LinkedIn-Seite](#) als Spezialist für die Beratung von Privathaushalten. Ausserdem verweist das Unternehmen auf verwandte Seiten, unter anderem die der Konzernmutter Swiss Life oder andere Dependancen in Deutschland oder Frankreich.

Zusätzlich nutzt Swiss Life Select LinkedIn zur Rekrutierung neuer Mitarbeiter: Mit dem Klick auf den entsprechenden Button erreichen Interessenten die aktuellen Stellenanzeigen von Swiss Life Select in Deutschland und der Schweiz.

Social-Media- und Business-Plattformen im dynamischen Wettbewerb

Unternehmenspräsenzen im [Internet](#) sind für Unternehmen auf globaler Ebene längst zu wichtigen Vertriebs- und Kommunikationsplattformen geworden. Dabei ist der Wettbewerb zwischen Facebook, LinkedIn und Co sehr dynamisch, was sich auf die Effizienz von Unternehmensauftritten auswirken kann.

So hat Facebook als Platzhirsch für die B-to-C-Kommunikation zwischen Firmen und Kunden mittlerweile etwas an Boden verloren, wie die [Ergebnisse des weltweiten «2020 Social Media Marketing Industry Report»](#) zeigen. Wurde das Social Network 2018 noch von 67 Prozent der befragten Marketingfachleute als wichtigste Plattform für ihr Business angesehen, sind es im laufenden Jahr noch 59 Prozent. Dennoch bleibt Facebook eine Plattform, die Unternehmen stets auf dem Schirm haben sollten.

Instagram hingegen gewinnt an Bedeutung: 76 Prozent der Befragten nutzen mittlerweile den Online-Dienst, und 67 Prozent wollen ihre Aktivitäten auf dem Foto- und Videokanal ausbauen. Ähnliches gilt für YouTube: Für 55 Prozent ist die Videoplattform ihr wichtigster Kommunikationskanal, 69 Prozent wollen mehr in sie investieren.

Schweizweite Nutzung von Unternehmenspräsenzen im Netz

Doch wie nutzen die Schweizerinnen und Schweizer Unternehmensauftritte in den sozialen Medien? Die [Social-Media-Studie 2020](#) der Zürcher Online-Marketing-Agentur Xeit hat herausgefunden, dass sie Unternehmen am liebsten auf Facebook und Instagram folgen. Letztere Plattform ist vor allen Dingen für jene Firmen interessant, die eine junge Zielgruppe ansprechen wollen: 84 Prozent der unter 20-Jährigen folgen dort den Online-Auftritten eines oder gleich mehrerer Unternehmen.

Kein Bla-Bla

Ebenfalls interessant ist die Erkenntnis, dass authentischer Content für Unternehmen wichtiger denn je ist. Laut der Studie ist fehlende Relevanz der wichtigste Grund, einem Unternehmen im Netz nicht mehr zu folgen. Bla-Bla und Aufbauschen bringt nichts - interessante Informationen und Stories umso mehr. Vor allem, wenn andere über sie Gutes zu berichten haben, kommt das gut an.



Verlag Fürstenland24
Bahnhofstrasse 100, 9240 Uzwil
Tel. +41 71 940 07 07

- [Home](#)
- [Region](#)
- [Sport](#)
- [Magazin](#)
- [Wirtschaft](#)
- [In-/Ausland](#)
- [Agenda](#)
- [Dossiers](#)

- [Leserbriefe](#)
- [Werbung](#)
- [Über uns](#)