

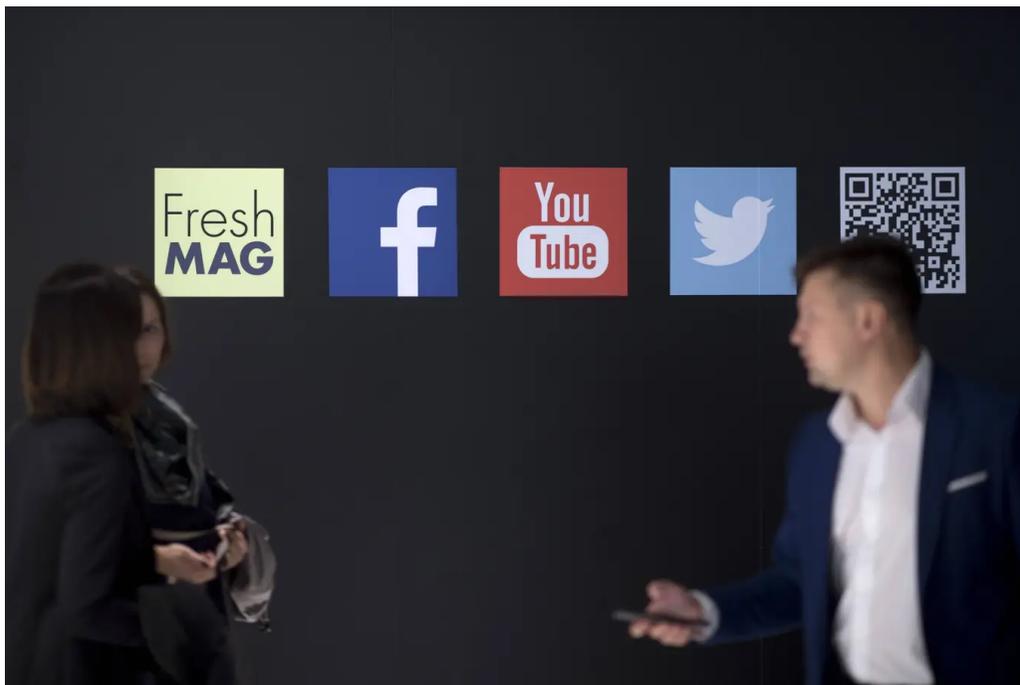
Neue Zürcher Zeitung

Social-Media-Plattformen fordern Firmen viel ab

Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter ermöglichen Unternehmen und deren Mitarbeitern, mit Kunden in einen Dialog zu treten. Doch es lauern viele Fallstricke.

Dominik Feldges

07.08.2018, 11.48 Uhr



Im Wettbewerb um die Gunst der Kunden müssen Firmen auch auf neuen Kanälen präsent sein. (Bild: Imago)

Soziale Netzwerke sind aus dem Alltag der meisten Schweizer nicht mehr wegzudenken. Wie die Zürcher Marketingagentur Zeit in ihrer jüngsten Online-Befragung von rund 1100 Personen in der Schweiz herausgefunden hat, konsultiert nur noch knapp ein Fünftel der hiesigen Bevölkerung zu Hause und unterwegs

selten oder nie Plattformen wie Facebook, Twitter oder Instagram. Auffallend ist auch, wie viel Zeit verwendet wird, um diese Kanäle nach Nachrichten abzusuchen, Botschaften zu teilen oder eigene zu erstellen. Zwei Drittel der Befragten gaben an, pro Tag mindestens eine halbe Stunde dafür zu investieren – bei knapp 20 Prozent sind es sogar zwei Stunden und mehr.

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.