



Blogwerk AG
8004 Zürich
044/ 533 30 00
www.blogwerk.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Weblogs, Userforen

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009

Social Media für KMU: Die eigene Stimme in der digitalen Welt

Mathias Vettiger
, 30. März 2012 um 8.32 Uhr,
0 Kommentare

Es wird Frühling, auch in den Bergen. Umso mehr hat es Thomas und mich gefreut, dass wir letzte Woche beim jährlichen Treffen der Absolventen des Intensivstudiums KMU der Universität St. Gallen unsere Sicht auf das Thema Social Media präsentieren durften – bei strahlendem Sonnenschein und mit Sicht auf immer noch verschneite Berge.

Foto/Copyright: Christoph Sonderegger, St. Gallen. Bezugsquelle: Pontresina Tourismus.

Auf einen Hinweis

hin schreiben wir jetzt nicht «Social Media ist in aller Munde». Trotzdem: Das Thema bewegt weiterhin. Zusammen mit Thomas Mauch habe ich in Pontresina versucht, eine Auslegeordnung zu machen.

In der Diskussion haben die anwesenden KMU-Unternehmer verschiedene Bedenken geäussert: Am wichtigsten dabei wohl: Das Ressourcenproblem. Unternehmer sind zeitlich stark eingebunden, erfüllen oft verschiedenste Funktionen in ihrem Unternehmen. Dabei bleibt keine Zeit für ein persönliches Engagement in Social Media.

Um auf das Ressourcenproblem eine Antwort zu finden, müssten Social Media ein überzeugendes Argument bieten, was ein Engagement dem Unternehmen letzten Endes bringt. Die Effizienz von Social Media zu messen, ist immer noch schwierig; zu antworten, Social Media sei auch eine Überzeugungssache reicht meistens nicht aus.

Ebenfalls geäussert wurde das Problem der «Informationsüberflutung»: Es sei schon jetzt mit E-Mail und eventuell noch Facebook eine recht unübersichtliche Welt, die noch unübersichtlicher werde. Es ist ein Gefühl der Überforderung da, mit all dem, was im Moment im Internet passiert.

Wir haben versucht, auf diese Argumente eine Antwort zu finden. Unsere Kernbotschaften sind:
Das Internet: Eine Empfehlungsmaschine

Das Internet ist mittlerweile eine gigantische Empfehlungsmaschine. Jeder Like, jeder Blogbeitrag, jedes Foto irgendwo im Netz ist eigentlich nichts anderes als eine Empfehlung für oder auch gegen irgendetwas. Wo oder mit welchem Dienst die Menschen ins Internet schreiben und sich über alles unterhalten, ist unerheblich; ob Facebook ist fünf Jahren tot ist: egal. Wichtig ist: Menschen werden nicht aufhören, Dienste zu nutzen, die ihnen das Kommunizieren einfacher machen.
Kommunikation im Internet: Für jedermann offen

Im vielstimmigen Konzert menschlicher Unterhaltungen kann man als Privatperson oder auch als Berufsmensch seinen Teil beitragen. Ob man an bestehenden Gesprächen teilnimmt oder selbst Gespräche startet – Menschen unterhalten sich zunehmend im Internet. Muss man da mitmachen? Ist man in fünf Jahren als Unternehmen tot, wenn man es nicht macht? Höchstwahrscheinlich nicht. Aber es bieten sich eben auch Chancen, über die man zumindest Bescheid wissen muss. So kann man dann auch informiert entscheiden und sagen: «Ich weiss, wie das funktioniert, ich sehe die Chancen, aber ich



Blogwerk AG
8004 Zürich
044/ 533 30 00
www.blogwerk.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Weblogs, Userforen

Themen-Nr.: 377.9
Abo-Nr.: 377009

muss das jetzt nicht machen.»

Die Website: «Heimathafen» der Kommunikation im Internet

Das Blog im Zentrum der Kommunikation im Internet

Wie oben angetönt: Im Moment mag Facebook noch der Platzhirsch unter den Social Media sein. Niemand weiss aber, wie das in einigen Jahren aussieht. Die eigene Website ist der Ort, an dem man die Kommunikation im Internet sammeln kann; sie dient als Ausgangspunkt für alle weiteren Aktivitäten im Internet.

Oder wie es Sascha Lobo im Interview mit inside-IT ausgedrückt

hat: «Ein Blog ist die eigene Stimme in der digitalen Welt. Man braucht eine eigene Stimme und ohne Blog ist man stumm. Man hat auch eine Stimme mit Facebook, aber keine Kontrolle darüber. Facebook macht einem genaue Vorschriften, was man machen darf und was nicht. Viele Firmen werden ein böses Erwachen erleben. Eine selbst kontrollierte Plattform im Netz zu haben, ist essentiell.»

Die Website kann aber noch mehr: Über interessante und relevante Inhalte können auch Leads generiert werden. Wir haben das am Beispiel von Blogwerk demonstriert. Durch dieses Blog hier bauen wir uns eine Leserschaft auf. In mehr oder weniger regelmässigen Abständen publizieren wir dann zusammengefasst Informationen in einem

Whitepaper

. Diese Dokumente können gegen Angabe der Adressdaten herunter geladen werden. Und mit diesen Dokumenten erreichen wir die Personen, denen wir kontinuierlich durch «ins Internet schreiben» interessante Inhalte bieten.