

Social Media im Business

MARKUS ZIMMER, GESCHÄFTSFÜHRER VON BUZZVALUE – New Media Research, *spricht im Interview über die richtige Social Media-Strategie* für Unternehmen und die Erfolgsfaktoren eines gelungen Web-Auftritts.



MARKUS ZIMMER: »Für die richtige Verwendung von Social Media gibt es kein allgemeines Erfolgsrezept. Jedes Unternehmen muss für sich einen passenden Mix aus Inhalten und Kanälen finden.«

(+) PLUS: KOMMT MAN in der heimischen Wirtschaft heute noch an Facebook vorbei? Oder anders gefragt: Welche Unternehmen sollten sich in ihrer Kommunikation und ihrem Marketing damit beschäftigen?

Markus Zimmer: Aus meiner Sicht sollte sich jedes Unternehmen zumindest ernsthaft die Frage stellen, ob man Social Media als relevanten Kanal in der Kommunikation sieht und ob man diesen Kanal künftig auch be-

dienen möchte. Mehr und mehr zeigt sich aber, dass man im modernen Marketing kaum an einer aktiven Kommunikation im Social Web vorbei kommen wird. Der Vorteil liegt auf der Hand, denn durch die offene Interaktion mit den Kunden gewinnt man ein besseres Verständnis für deren Anliegen und Bedürfnisse, erzielt einen höheren Vertrauensgrad, erhöht die Aufmerksamkeit sowie das Involvement mit dem Unternehmen.

(+) PLUS: Was sind die Erfolgsfaktoren für den erfolgreichen Auftritt im Social Web?

Zimmer: Viele Unternehmen haben es mittlerweile verstanden, die Möglichkeiten des Social Webs gut zu nutzen. Trotzdem gibt es aber diesbezüglich auch noch ein großes Verbesserungspotenzial. Wobei es mit Sicherheit kein allgemeines Erfolgsrezept gibt, sondern jedes Unternehmen für sich einen passenden Mix an Kanälen und Inhalten finden muss. Wichtig ist eine klare diesbezügliche Strategie und Zielsetzung. Erst danach geht es um die Auswahl der richtigen Kanäle, Themen und Inhalte, sowie natürlich auch um die Bereitstellung der entsprechenden Ressourcen – Social Media funktioniert nicht einfach nebenbei.

(+) PLUS: Google+ hat bei weitem nicht jenes Momentum erfahren, das Facebook so erfolgreich macht. Glauben Sie, wird man diese Social-Media-Plattform »aussitzen« können, um seine Ressourcen besser anderswo zu investieren?

Zimmer: Bei den Plattformen gibt es kein einheitliches Erfolgsrezept. Klar ist aber, dass es auch bei uns eine unterschiedliche Akzeptanz zu einzelnen Plattformen gibt. Speziell bei »neueren« Kanälen wie eben Google+ sollte man die Relevanz in der jeweiligen Zielgruppe laufend beobachten. Diesbezüglich empfiehlt sich eine laufende Beobachtung der Interaktion, der Reichweiten sowie auch der Plattformaffinität meiner Kunden. Dank qualitativer Detailanalysen lassen sich zusätzlich detaillierte Erkenntnisse zu aktuellen Meinungs- und Stimmungsbildern einer Zielgruppe im Social Web ableiten.

(+) PLUS: Mitunter scheint die Social-Media-Welt gerade eine recht überschaubare Nutzerschar, fast eine geschlossene Gemeinde in Österreich anzusprechen. Wird sich Twitter im deutschsprachigen Raum noch in eine breitere Nutzung entwickeln?

Zimmer: Die Entwicklung und Relevanz von Facebook ist natürlich beeindruckend. Twitter spielt international ebenfalls bereits eine immens wichtige Rolle, die Zahlen der aktiven Twitter-Nutzer in Österreich sind mit knapp 100.000 registrierten Accounts aber noch nicht annähernd so bedeutend, auch wenn die Entwicklung auch bei uns durchwegs positiv ist. Speziell im Bereich der Blogger & Journalisten spielt Twitter mittlerweile eine stark relevante Rolle. Ich bin überzeugt, dass Twitter aber auch bei uns mehr und mehr die breite Öffentlichkeit erreichen wird. ■