

Social Media:

Brot statt Spiele

Eine Unternehmensseite bei Facebook? Muss man heute haben, wollen die Kunden so. So die einhellige Meinung in den Führungsetagen deutscher Unternehmen. Aber was genau erwarten die Kunden dort eigentlich?
 von *Wiebke Harms*

Rund 9200 Fans hat der Strom- und Gasanbieter Energiehoch3 auf Facebook. Die Stadtwerke Bamberg haben nur 970. Dafür stehen auf ihrer virtuellen Pinnwand rund 1000 Kommentare - im Gegensatz zu einer Handvoll Wortmeldungen bei Energiehoch3. Welches Unternehmen also verfolgt die richtige Strategie? "Beides sind Beispiele für wohlüberlegte Social-Media-Auftritte", sagt Archibald Graf von Keyserlingk, Vorstandschef der Strategieberatungsfirma Keylens. Die Berater fragten in einer aktuellen Studie mehr als 1000 Nutzer sozialer Netzwerke und Internetmedien wie Facebook und Twitter, was sie von Unternehmen im Social Web erwarten.



Das Ergebnis: Es kommt darauf an. Nicht an jedes Unternehmen stellen die Nutzer die gleichen Ansprüche. Entscheidend ist zum einen, welches Ziel das Unternehmen verfolgt. So nutzt etwa Energiehoch3 Facebook, um neue Kunden zu gewinnen - und steigert seine Bekanntheit durch Gewinnspiele. Die Stadtwerke Bamberg hingegen sehen das Netzwerk als Serviceinstrument, um Bestandskunden an sich zu binden. Darum sind für sie Kommentare - ebenso wie passende Antworten der Stadtwerke - ein wichtiger Erfolgsmesser.

Notwendiger Aufwand ist branchenabhängig

Wichtig für die Beurteilung der Social-Media-Präsenz ist auch die Branche. Mehr als die Hälfte der Befragten findet, dass es für Unternehmen aus den Branchen Tourismus, Elektronik und Mode sehr wichtig oder wichtig ist, starke Präsenz zu zeigen. Von Banken oder Versicherungen erwartet dies nur ein Viertel. Entsprechend niedriger können solche Unternehmen den Aufwand ansetzen, den sie investieren.

Was Nutzer wollen

Komplett ausblenden dürfen Unternehmen soziale Medien aber nicht mehr. "Eine Unternehmensseite in sozialen Medien wird selbstverständlich. Sobald sie fehlt oder schlecht gemacht ist, fällt das negativ auf", sagt von Keyserlingk. "Social Media ist ein normaler Kommunikationskanal, der mit der Zeit ins Repertoire von Marketing und Vertrieb aufgenommen werden wird. Ein bisschen wie das Internet früher."

Soziale Netzwerke als neuer Kontaktpunkt

Entsprechend hält mehr als die Hälfte der Befragten soziale Netzwerke schlicht für einen geeigneten Kanal, um mit Unternehmen in Kontakt zu treten. Nur 44 Prozent der Befragten wünschen sich unterhaltende Elemente. Und weniger als ein Drittel will interaktiv eingebunden werden. Über 60 Prozent erwarten stattdessen relevante Informationen. Auch bei den Umgangsformen legen die Nutzer großen Wert auf Seriosität. Entgegen der weitverbreiteten Annahme, im Netz sei man generell per Du, geben über die Hälfte an, dass sie lieber gesiezt werden wollen.

Immerhin: Jeder dritte Befragte erhält gern Produktinformationen, bei den Befragten, die jünger als 30 Jahre alt sind, sahen das sogar 37 Prozent so. Tabu seien aber Textbausteine, die ein Produkt einfach nur platt bewerben, statt auf Fragen einzugehen, sagt von Keyserlingk: "Unpassende Eigenwerbung ist tödlich."

Mehr zum Thema

- FTD Summer School Externe Kommunikation - Moderne Mitschnacker**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/ftd-summer-school-externe-kommunikation-moderne-mitschnacker/60087979.html>
- Markenkommunikation Social Media als Ausdruck eines kommunikativen Lebensstils**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/markenkommunikation-social-media-als-ausdruck-eines-kommunikativen-lebensstils/60128240.html>
- FTD Summer School Kundenbindung - Digitale Dauerbespaßung**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/ftd-summer-school-kundenbindung-digitale-dauerbespaßung/60090704.html>
- Veränderte Marktsituation Das Erfolgsdreieck der Markenführung**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/veraenderte-marktsituation-das-erfolgsdreieck-der-markenuehrung/60116138.html>
- Mitarbeitersuche Wie Firmen online Personal anwerben sollten**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/mitarbeitersuche-wie-firmen-online-personal-anwerben-sollten/60089309.html>
- Reputationsmanagement Das Unternehmens-Image digital steuern**
<http://www.ftd.de/karriere-management/management/reputationsmanagement-das-unternehmens-image-digital-steuern/60079303.html>

Mehr zu: Employer Branding, Facebook, Image, Netzwerke, Reputation, Social Media