

Unternehmenskommunikation mit Facebook & Co

Wenn in diesen Tagen von „Sozialen Medien“ die Rede ist, meint man eine spezielle Interaktionsform im Medium des Internet. Zunächst klingt der Ausdruck tautologisch, sind doch alle Medien per definitionem sozial. Betrachtet man aber die Entwicklung des Internets, so wird deutlich, dass Plattformen wie facebook, Twitter, YouTube, XING, LinkedIn u. v. a. eine enorme Erweiterung der Vernetzungsmöglichkeiten bereitstellen. Insofern ist die Begrifflichkeit des „Social Media“ nicht sinnentleert, sondern markiert einen wichtigen Entwicklungsschritt der Internetkommunikation in Richtung einer Öffnung und aktiven Teilnahme. Das seit Jahren diskutierte Mitmach-Web (Web 2) erhält damit eine für alle nachvollziehbare Bedeutung.

Zweifel und Fragen

Der enorme Zuwachs an registrierten Nutzern und Teilnehmern, die Flut von Publikationen zum Thema und die rege Diskussion in Foren und unter Werbe-, Marketing- und PR-Profis lässt neben den als positiv eingeschätzten Vorteilen auch eine Reihe von Zweifeln und Fragen aufkommen, welche die Zukunftsfähigkeit und Verwendbarkeit der Sozialen Medien betreffen. Da lohnt es sich, genauer hinzusehen und abzuwägen:

Sind die Sozialen Medien eine vorübergehende Modeerscheinung?

Nun, in Mode sind sie zweifellos. Dass sie allerdings in absehbarer Zeit an Bedeutung verlieren oder gar von der Bildfläche verschwinden, kann als unwahrscheinlich angesehen werden. Alles spricht dafür, dass sie einen weiter wachsenden Anteil an der internetbasierten Kommunikation annehmen und damit die Formen der Werbung, des Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit nachhaltig prägen werden. In den Vereinigten Staaten ist diese Entwicklung schon weiter fortgeschritten. Aber auch in den europäischen Ländern verspricht die Integration Sozialer Medien das Bild des Internets insgesamt und die internetbasierte Kommunikation im speziellen wesentlich zu prägen.

Sind soziale Netzwerke wie facebook nicht eher etwas für Jugendliche?

Was vor einigen Jahren vielleicht noch auf jüngere zugeschnitten war, wird zunehmend auch Themenräume und adäquate Beteiligungsformen für ältere, vor allem professionelle Nutzer. Das gilt sogar für Videoplattformen wie YouTube, erst Recht aber für die weltweit größte Plattform facebook mit mehr als 1,36 Milliarden aktiven Nutzern weltweit, davon allein in Deutschland 28 Millionen (Zahlen von März 2015). Von einer Randerscheinung kann man also längst nicht mehr sprechen.

Sind meine Daten in Sozialen Netzwerken sicher und kontrollierbar?

Die Frage der Datensicherheit und der eigenen Kontrolle über die veröffentlichten Informationen ist berechtigt. Tauchen doch immer wieder Meldungen zu zweifelhaften Verwendungen von Nutzerdaten für Werbe- und Marketingzwecke auf. Solche Fragen stehen aber mittlerweile ebenso unter öffentlicher Beobachtung, so dass Sicherheitslücken immer schneller geschlossen werden. Die Möglichkeit, zu veröffentlichenden Informationen genau von persönlichen zu unterscheiden und entsprechende Publikationsfilter einzurichten, u. U. nach Zielgruppen differenziert, findet sich bereits in Plattformen wie facebook und wird kontinuierlich verbessert. Acht-

samkeit ist in jedem Falle angeraten, und die genaue Beschäftigung mit den jeweiligen Möglichkeiten des Datenschutzes.

Unternehmensprofile unter facebook

Immer mehr Unternehmen nutzen die Möglichkeit, über eine gesonderte Präsenz in den Sozialen Medien noch mehr Aufmerksamkeit für ihre Produkte und Leistungen zu generieren. Auch hier steht facebook an erster Stelle. Natürlich ersetzt die facebook-Seite nicht die ausdifferenzierte, nach eigenen Wünschen gestaltete Unternehmenswebsite. Ein Kernprofil des Unternehmens kann aber auch unter facebook erstellt werden. Und dieses ist mittels zahlreicher Anwendungen weiter ausbaufähig. So können auch Bildergalerien, Diskussionsforen, Notizen, Blogbereiche u. v. m. integriert werden. Wesentlich ist aber, dass man über Statusmeldungen auf News aller Art aufmerksam machen, diese mit den Mitgliedern des eigenen Netzwerks teilen und darüber das Netzwerk immer weiter ausbauen kann. Wichtig sind hier vor allem die Kommentare der Leser und damit die Chance, in einen echten themenbezogenen Dialog mit den Besuchern einzutreten. Damit entstehen ganz neue Informationskanäle, die aus der Vermischung von privater und professioneller Kommunikation entspringen und die konventionellen Bemühungen erweitern. Über „Likes“ können zudem sowohl auf der facebook-Seite als auch durch Platzierung eines Buttons auf den verschiedenen Seiten der ausführlichen Firmenwebsite weitere „Fans“ hinzugewonnen werden.