



Social Media...

Klappen gehört zum Handwerk - auch im Internet!
01. Februar 2011

Inhalt

- Social Media - ein Begriff - viele Definitionen
- Social Media - Plattformen und Möglichkeiten
- Social Media - das Kommunikationsverhalten
- Social Media - die Zukunft
- Social Media - die Gefahren
- Social Media - next Generation
- Social Media - Unternehmen müssen umdenken



Web 1.0 vs. Web 2.0 - Ordnung contra Chaos



Web 1.0 geordnet !

- ▶ Strategische Positionierung: Ein weitere Präsentations- und Vertriebskanal für Unternehmen
- ▶ Klare Kommunikationsstruktur: 1 -> n
- ▶ Informationsmedium
- ▶ Push-Prinzip
- ▶ Konsumieren anstatt agieren...
- ▶ Applikations-orientiert.

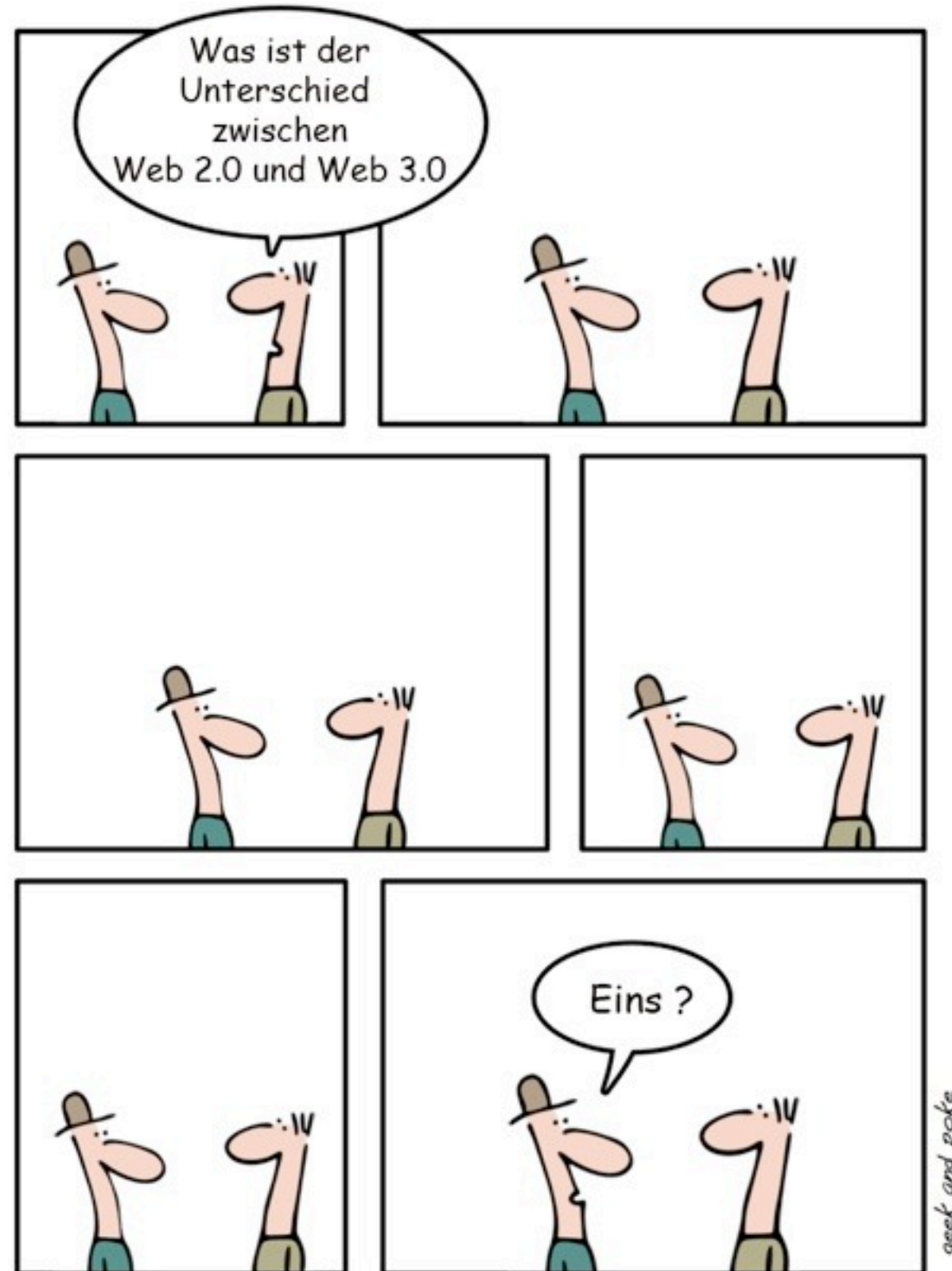


Web 2.0 chaotisch !

- ▶ Das „soziale Web“ kennt keine Grenzen und keine Ordnung. Inhalte werden „gemixt“ und verstreut
- ▶ Unklare Kommunikationsstruktur: n -> n
- ▶ Austauschmedium
- ▶ PULL-Prinzip
- ▶ Schwarm-Intelligenz
- ▶ Service-orientiert.
- ▶ Reputation ist entscheidend

Web 3.0: Semantisches Web...

4



Es ist so einfach ...

Web 3.0: Semantisches Web allgegenwärtig...



- Webanwendungen werden "intelligent" auf die jeweilige Situation reagieren, in der der Nutzer sich gerade befindet, um gezielt Informationen anzubieten, die seine aktuelle Bedürfnislage befriedigen beziehungsweise in der aktuellen Situation von Nutzen sein können.
- Allgegenwärtig (immer und überall verfügbar)
- Kommunikationsstruktur: $n \rightarrow n$
- Situations-bezogen
- Bedeutungs-orientiert
- Integrierte, vernetzte Sicht auf die Dinge
- Reputation wird ermittelt
- Lernfähig
- Me- statt E-Business

Wo stehen wir ... ?

6

Mit Web 2.0

Wussten Sie schon ... ?

7

Anzahl der Internet-fähigen Geräte:

- 1984: 1000
- 1992: 1000.000
- 2008: 1000.000.000

Es wird geschätzt, dass in einer Woche der New York Times mehr Information enthalten ist, als eine Person im 18. Jhr. Im gesamten Leben erfahren hat...

Anzahl der Jahre, die es dauerte um 50 Mio. Menschen zu erreichen:

- Radio: 38 Jahre
- TV: 13 Jahre
- Internet: 4 Jahre
- iPod : 3 Jahre
- Facebook : 9 Monate

Wäre Facebook ein Land, wäre es das 4. größte der Erde.

In den USA wird jede 8 Ehe über Bekanntschaften aus den Social Networks geschlossen

Die erste kommerzielle Textnachricht wurde 1992 versendet... Heute ist die Zahl der täglich verschickten Nachrichten höher als die Zahl der Weltbevölkerung

50.000.000 Tweets pro Tag (600 Tweets pro Sekunde)
1.400.000.000 Tweets im Februar 2010
75.000.000 Mitglieder (Dezember 2009)
6.000.000 neue Mitglieder Jan/Feb 2010 (2.3 neue Mitglieder pro Sekunde)

Wir leben im Informationszeitalter und unser persönliche und geschäftlicher Erfolg wird immer stärker durch die digitale Welt bestimmt.

Das **reale Leben** selbst, **Beziehungen** zwischen Menschen, **Sehnsucht** nach Nähe, **Freundschaften** unter Gleichgesinnten, die **Suche** nach **Geborgenheit**, die **Neugier** auf Andersdenkende, die **Wissbegier** des Einzelnen, die **Kraft** der Erinnerung, die **Intelligenz** des Teams, der **Dialog** auf Augenhöhe – all das ist der Ursprung von Social Networking.

Was ist Social Media ?

Social Media (auch Soziale Medien) ist ein Schlagwort, unter dem Soziale Netzwerke und Netzgemeinschaften verstanden werden, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen.



Menschen sind triebgesteuert.
Social Media auch



PROVOKANT ... !

Social Media spricht
drei Triebe des
Menschen an:

- Voyeurismus
- Exhibitionismus
- Profilneurose

Was ist Social Media ... ?

11



und viel mehr...

Social Media Applications ...

12



- 94% der User nutzen zur Entscheidungsfindung bei Käufen das Internet
- Mehr als 40% der deutschen Internet-User treffen ihre Kaufentscheidung auf Basis von Meinungen und Empfehlungen anderer.
- 60% der Social Media User informieren andere über ihre Zufriedenheit mit einem Produkt.
- In den nächsten Jahren überflügelt die „Digital Natives“ die „Digital Immigrants“. 96% von ihnen sind in sozialen Netzwerken.
- Menschen „suchen“ immer weniger nach News - sie „erhalten“ sie über ihre Netzwerke.
- 14% der Menschen trauen der Werbung. 78% trauen den Aussagen ihrer Peer Group.

Conversations in Social Media - Version 2.0 - 04.2010 by ethority | <http://social-media-prisma.ethority.de> | <http://www.twitter.com/ethority> | Contact us for updates: prisma@ethority.de



Social Media B2B Plattformen ...

13



linkedIn

Xing

Facebook

Twitter

YouTube

Wikipedia

Slideshare

Scribd

Naymz

Metacafe

Das ist das Ergebnis einer Analyse der Online-Marketing-Agentur SF Interactive Performance.

Die Agentur hat 80 internationale Medien anhand von 30 Bewertungskriterien untersucht - darunter die allgemeine Marktrelevanz, die inhaltliche Qualität und die Relevanz für bestimmte Unternehmensaufgaben wie Marketing & Vertrieb, Recruiting oder Kommunikation.

Diese zehn Social-Media-Dienste sind der Agentur zufolge die relevantesten für den Einsatz in der B2B-Kommunikation von Unternehmen

Facebook kann als DIE Social Media Plattform bezeichnet werden

Das war vor 3
Monaten.
Inzwischen sind es
570 Millionen



- 500 Millionen
- > 30 Mill. User ändern ihren Status täglich
- mehr als 70 Sprachen
- > 100 Mill. User nutzen Facebook über ein mobiles Gerät
- Der Durchschnitts-User verbringt 55 Minuten täglich auf FB (700 Milliarden Minuten pro Monat...)
- FB wäre das drittgrößte Land der Erde und hat soviel Mitglieder wie ganz Europa an Wahlberechtigten.
- FB hat schon viel politische Karrieren vernichtet.
- FB sorgt immer wieder für Schlagzeilen...
- Deutschland: Userzahl hat sich in einem Jahr verdoppelt, derzeit 16 Mio.

Werbemacht Facebook

Facebook und die Werbung



- FB ist der zweit grösste Trafficlieferant im Online-Shopping Bereich.
- in Deutschland kommt fast jeder dritte Besucher bereits über FB (falls das Unternehmen dort aktiv ist)
- 28% aller Werbeeinblendungen werden bereits bei FB angezeigt.
- FB hat seinen Umsatz in diesem Bereich im letzten Jahr verdoppelt.
- FB "Sponsored Stories" machen aus den Aktivitäten der Freunde ein neues Werbeformat
- Die Facebook-Seite ist der Ort mit den meisten täglichen Besuchern im deutschen Internet. (10 Mio täglich)
- Der Werbeanteil bei Sozialen Netzen ist in den letzten 12 Monaten um 55% gestiegen.

16

Facebook macht Schlagzeilen...



OriginalFoto von der Party?

SILVESTERFEIER GERÄT AUSSER KONTROLLE

Empfehlen | Drucken | E-Mail

Partygäste verwüsten Haus in Augsburg

16-JÄHRIGE HATTE ÜBER FACEBOOK EINGELADEN

03.01.2011 - 17:05 UHR

Augsburg - Die Gardarobe der Mutter liegt im Swimmingpool. Fußabdrücke an den Tapeten, mehrere Sachen fehlen, alles ist völlig verdreckt, es stinkt. So fanden die Eltern einer 16-Jährigen ihr Haus an Neujahr vor. Der Teenager hatte per Facebook zur Party geladen. Sie rechnete mit 75 Besuchern. Es kamen mehr als 200.



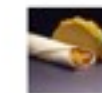
NewsFeed

WHAT'S VITAL AND VIRAL ON THE WEB, IN REAL TIME

TRENDING NOW



Oscar Nods



Taco Bell Lawsuit



Royal Wedding

RELIGION

Faithful Facebook: Pope Benedict Blesses Social Networking

By: MEGAN FRIEDMAN

Topics: CATHOLICISM, FACEBOOK, POPE, POPE BENEDICT, RELIGION, SOCIAL NETWORKING, SOCIAL NETWORKS, TWITTER



Pope Benedict XVI may be old, but he's still with it.

REUTERS/Max Rossi

420 COMMENTS

PRINT

EMAIL

324

21K

Tweet

Share

12

Digg

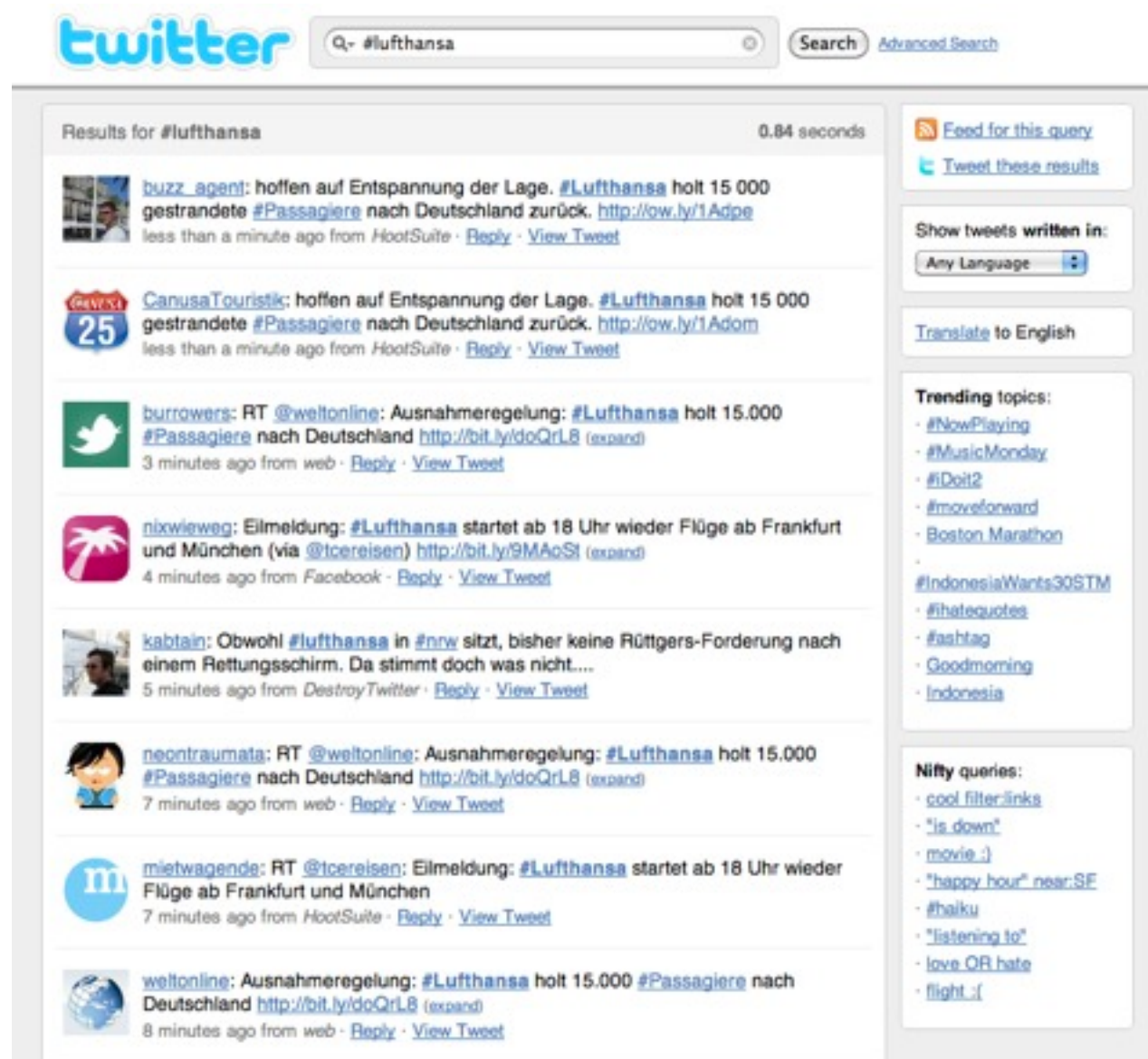
31

31

MORE

Der Papst ist auch schon da!

Twitter ist der Shootingstar der Szene



- Kurznachrichten (Tweets) im Internet (140 Zeichen)
- 50.000.000 Tweets pro Tag (600 tweets pro Sekunde)
- 1.400.000.000 Tweets im Februar 2010
- 75.000.000 Mitglieder (Dezember 2009)
- 6.000.000 neue Mitglieder Jan/Feb 2010 (2.3 neue Mitglieder pro Sekunde)
- Twitter User folgen dem DELL Outlet für interessante Elektronik-Angebote. Dell hat damit über Twitter mehr als 3 Millionen USD Umsatz generiert.
- Bis heute hat die Firma mit Twitter kein Geld verdient...

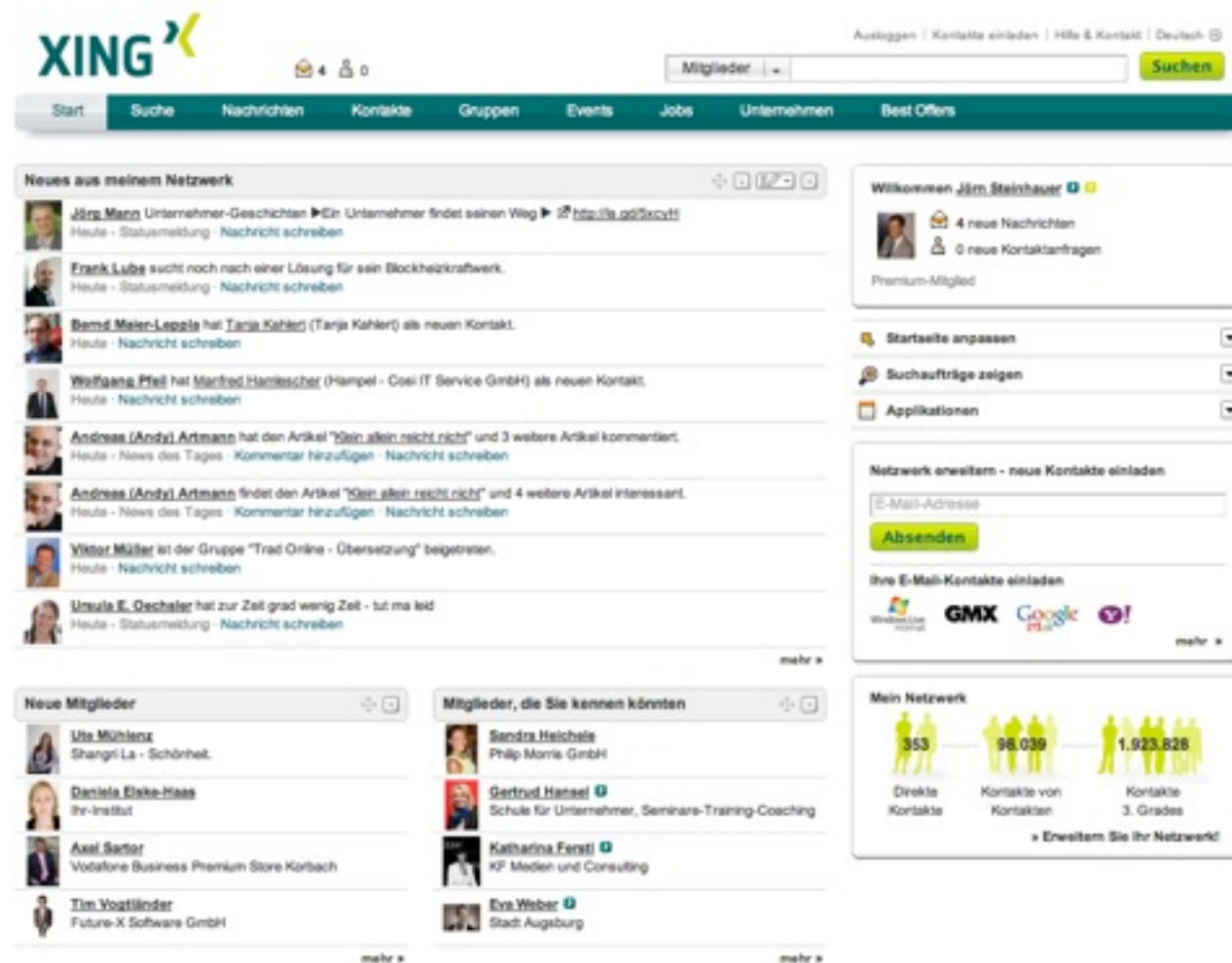
YouTube ist das Fernsehen von morgen

The screenshot shows the YouTube homepage interface from 2009. At the top is the YouTube logo and a search bar. Below the search bar are links for 'Suchen', 'Kategorien', 'Video hochladen', and 'Abmelden'. The main content area is divided into several sections:

- netmorix** profile section with 'Alle Aktivitäten' and 'Abo-Uploads' tabs.
- Wir haben ein paar Kanäle gefunden, die dir gefallen könnten.** This section features recommendations for 'Evernote', 'AR.Drone official channel', and 'Parrot', each with an 'Abonnieren' button.
- Hochgeladen von Apple** (vor 9 Stunden): A row of four video thumbnails showing Apple products (iPad, iTunes, etc.) with view counts.
- Empfohlene Videos** (vor 18 Stunden): A row of four video thumbnails including 'Zalando Spot', 'Soccer Officially Announces it!', 'Introducing the springpad clipper', and 'eXyuman@Tulum - Move 3 "last mov..."
- Gepostet in Facebook von Kai Lorenz** (vor 1 Woche): A row of four video thumbnails including 'Tour-de-Möhne', 'MTB Training 090111 extended', 'Sven Hannawald - Flieg', and 'Last Christmas - Karaoke Wham Style'.
- Angesagte Videos** (Werbung einblenden): A section with a list of trending videos, including 'Die Heuschrecke - Yoga Übung für Profis', 'Beinstrecken am Boden', 'Fastenkurf Focus Gesundheit', and 'Bananen Shake'.
- Trends**: A section with a list of trending videos, including 'David Guetta(With Me) One More Love Album Megamix', 'Car Frozen in East Village', and 'MASSIV FEAT. HAFTBEFEHL - MASSAKA'.
- Vorgestellte Videos**: A section with a list of featured videos, including 'Fish 'n' Fun - Altherwürdige Brasse'.

- Klassisches Beispiel für UGC (User Generated Content)
- In den letzten Monaten verzeichnete YouTube mehr Suchanfragen als Google
- Gegründet 2005, 2006 für 1,6 Mrd. USD an Google verkauft
- Jede Minute werden 13 Stunden neue Videos hochgeladen.
- Der Durchschnittsuser ist 27 Jahre
- Täglich werden mehr als 100 Millionen Videos angeschaut.
- Über 70% der Ad Age Top 100 Agenturen haben in 2009 Kampagnen auf Youtube laufen lassen.

XING - DIE Business Plattform



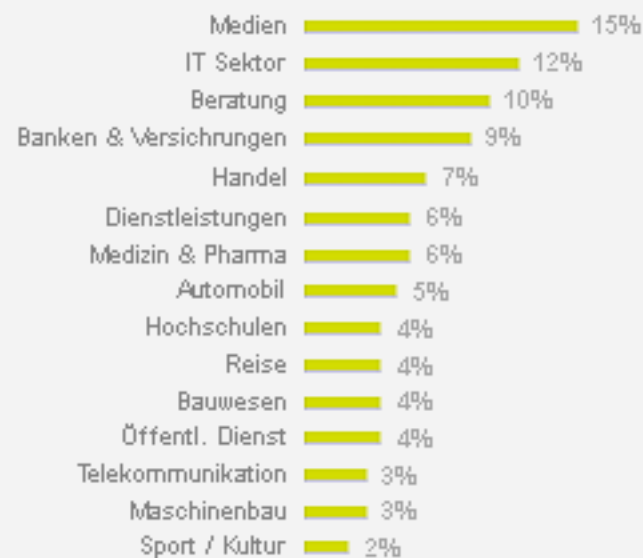
- reines B2B Netzwerk
- gegründet 2003
- 4,3 Mill. Mitglieder in D.A.CH, davon rund 700.000 Premium-Mitglieder
- 1,75 Millionen neue Mitglieder in 2009
- 82% der Mitglieder sind zwischen 26 und 50 Jahre alt
- 90% der Premium-Mitglieder loggen sich regelmässig (mind. 1 mal pro Woche) ein.

Xing - wussten Sie schon ... ?

20

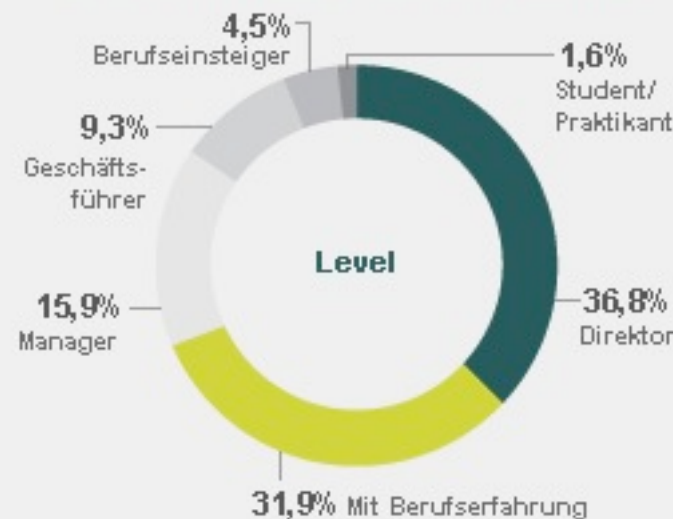
Branchenverteilung auf XING

Stark in nahezu allen Bereichen



Führungspositionen der XING-Mitglieder

Über 40% sind in höheren Führungspositionen

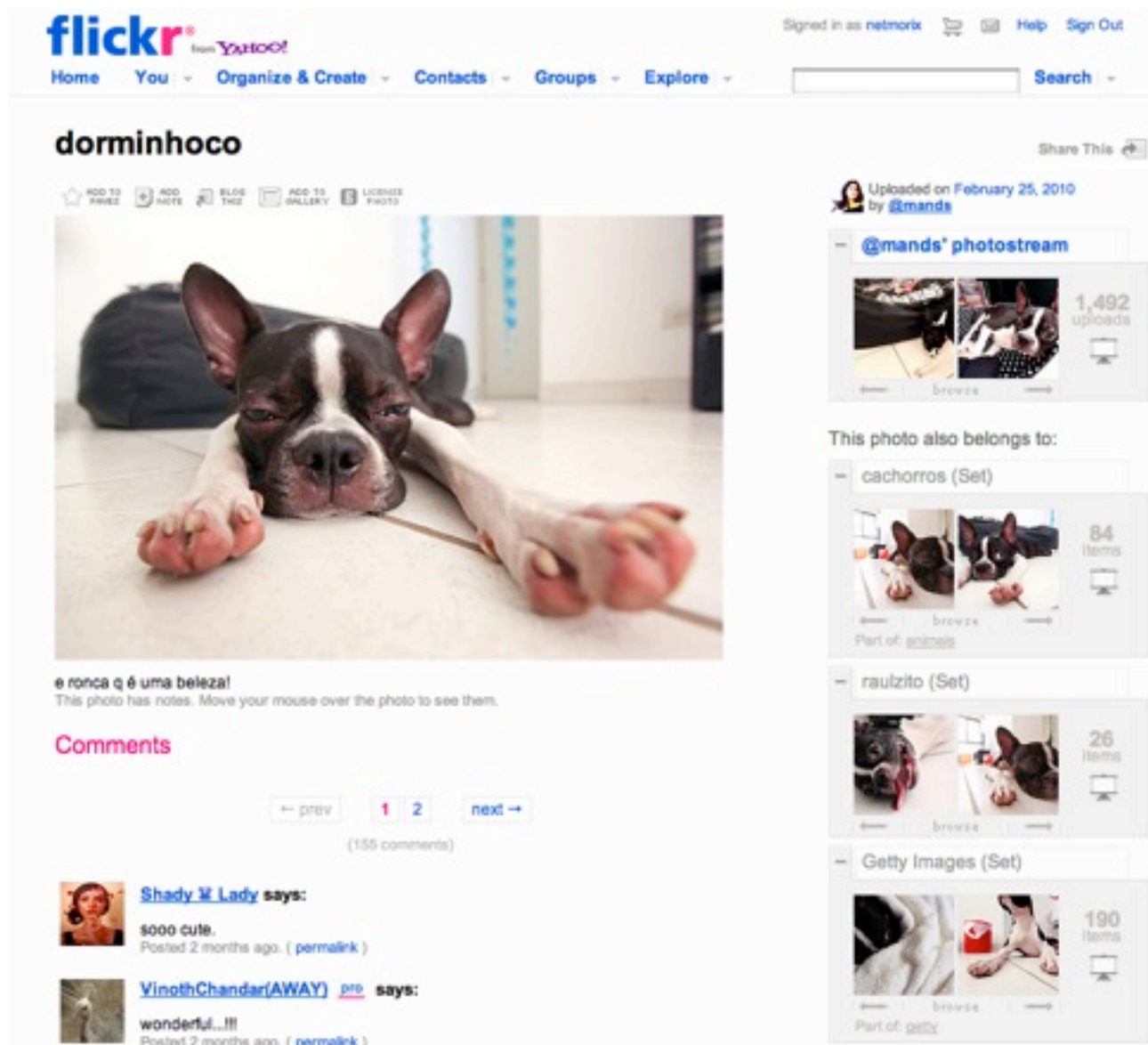


Größe der Unternehmen auf XING

40% arbeiten in einem Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten



Flickr ist nicht nur für Foto-Fans, es wird auch Wahlkampf gemacht



- gegründet 2004 von einer Frau (Caterina Fake)
- größte Foto-Community mit einer Reichweite von rund 18%
- inzwischen zu Yahoo gehörig
- täglich werden rund 4.3 Millionen Bilder hochgeladen (3000 Bilder pro Minute)
- Derzeit ungefähr 5 Milliarden (!!) Bilder online (09/2010).
- Obama nutzt Flickr, um Bilder von ihm und seiner Familie zu präsentieren.
- mehr als 40 Millionen Mitglieder in 11/2009

Wie kann ich als Unternehmen Social Media nutzen ?



- Meinungsbildung
- Kundenservice
- Marktforschung
- Markenpositionierung
- Markenentwicklung
- Kommunikation
- Online-Hilfe
- Verbesserung des Image
- Nutzer-Interaktion (Anregungen)

Radikal: Social Media ist kein Hype, sondern Standard ...!

23



...und sollte ein wesentlicher Bestandteil Ihrer Kommunikation (Klappern!) werden ...

Social Media ist ein Bestandteil der Unternehmenskommunikation.



- ✓ Der **UNTERNEHMUNG** ein Gesicht geben
Identifikation und Authentizität
- ✓ Zuhören
Was wird über „mich“ gesprochen
- ✓ Von Kunden **LERNEN**
Einlassen und interagieren

Kommunizieren - aber wie ... ?



✓ Sprechen und **einbeziehen**

Engagement und Motivieren (auch Mitarbeiter!)

✓ **IDEEN** „sammeln“

„Neues“ testen, Markt scannen

✓ Kundenzufriedenheit **STEIGERN**

Beschwerden in Echtzeit managen

Der SM Eisberg ...

Eigener Online Auftritt

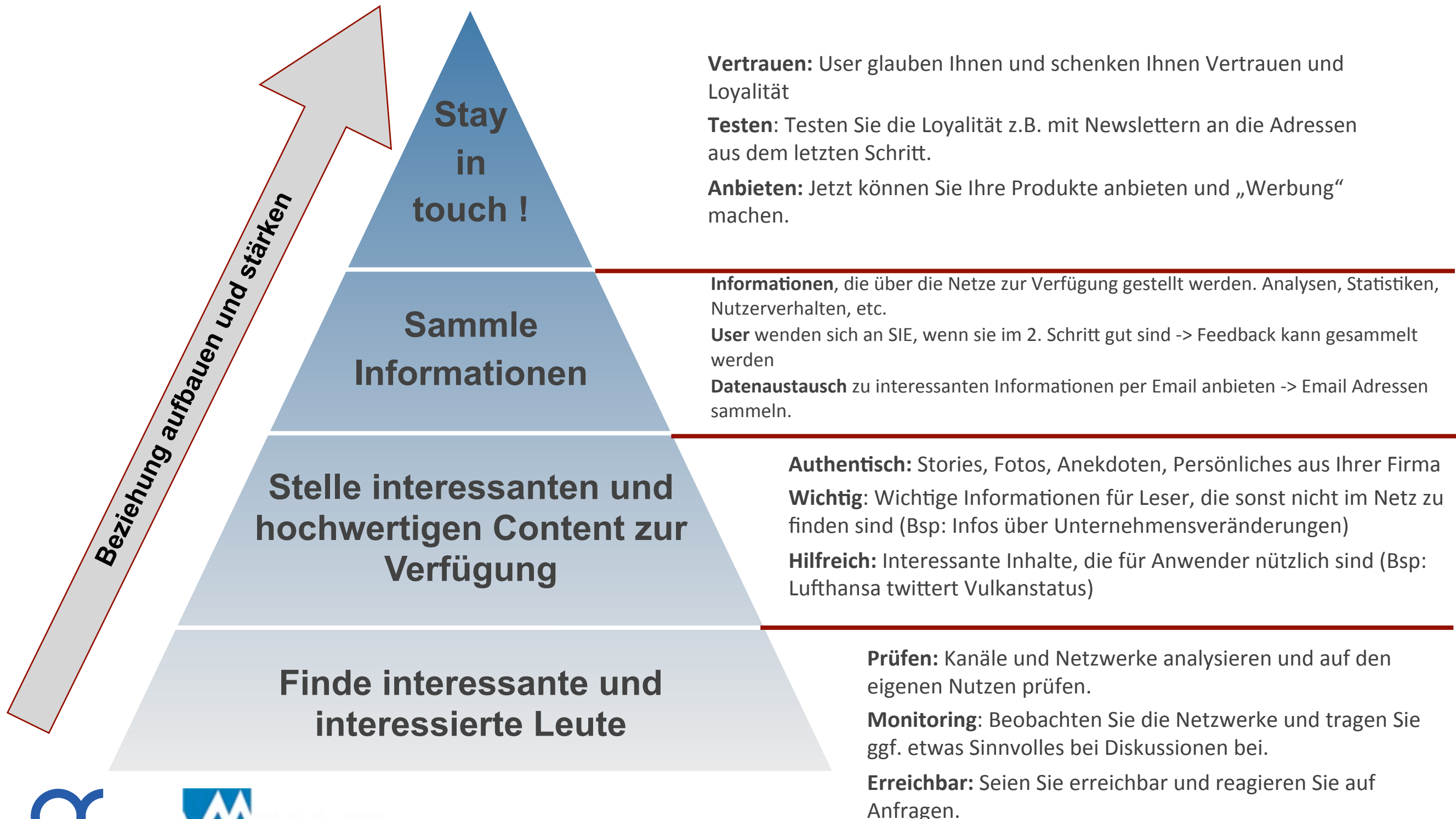
Fremde Plattformen

Der Großteil der Kommunikation über Ihr Unternehmen findet „unter der Oberfläche“ statt und ist für Sie NICHT kontrollierbar !



Social Media muss geplant sein

27



Social Media – so nicht: Jack Wolfskin



Jack Wolfskin - Home

Willkommen bei Jack Wolfskin, der f...
die sich DRAUSSEN ZUHAUSE fühlen.

www.jack-wolfskin.de/ - Im Cache - Ähnlich - [Icons]

Jack Wolfskin Online Shop

Der offizielle Jack Wolfskin Online Shop - Alle Jack Wolfskin Artikel sofort online bestellbar!

[Bekleidung](#) - [Katalog-Bestellung](#) - [AGB](#) - [Zum Warenkorb](#)
shop.jack-wolfskin.de/ - Im Cache - Ähnlich - [Icons]

Jack Wolfskin eröffnet den Abmahn-Herbst! | Werbeblogger – Weblog...

Samstag: netzpolitik.org "Abwahnsinn: Jack Wolfskin mahnt Bastelcommunity ab" und sichelputzer "Jack Wolfskin, Dawanda und das Recht" klinken sich früh ein. ...

www.werbeblogger.de/.../jack-wolfskin-eroeffnet-den-abmahn-herbst/ - Im Cache - Ähnlich - [Icons]

Jack Wolfskin – Wikipedia

15. Sept. 2009 ... Das Unternehmen Jack Wolfskin stellt Funktionsbekleidung, Outdoor-Ausrüstung (z. B. Rucksäcke und Zelte) und Schuhe her. Jack Wolfskin ist ...

de.wikipedia.org/wiki/Jack_Wolfskin - Im Cache - Ähnlich - [Icons]

Abwahnsinn: Jack Wolfskin mahnt Bastelcommunity ab : netzpolitik.org

17. Okt. 2009 ... erinnert sich noch jemand an den "Tazzen-Streit" zwischen dem Bekleidungshersteller "Jack Wolfskin" und der Tageszeitung "taz"? ...

www.netzpolitik.org/.../abwahnsinn-jack-wolfskin-mahnt-bastelcommunity-ab/ - Im Cache - Ähnlich - [Icons]

Rückzieher von Jack Wolfskin? NEIN, das war ja noch nicht einmal der halbe Weg, deswegen weiter die Aktion:
<http://bit.ly/1ji8wR>

4:45 AM Oct 24th, 2009 via web

@herr_larbig Nein, deswegen ja die Aktion:
<http://bit.ly/1ji8wR>

4:29 AM Oct 24th, 2009 via web in reply to herr_larbig

I will take a bath now, get dressed, go out with my darling to a steak dinner and afterwards in the movie Final Destination in 3-D- GREAT!!

7:00 PM Oct 23rd, 2009 via web

@queer_de Abmahnungen von Jack Wolfskin, nein danke !
Aktion hier: <http://bit.ly/1ji8wR>

4:12 PM Oct 23rd, 2009 via web

@lsarnixe Abmahnungen von Jack Wolfskin, nein danke !
Aktion hier: <http://bit.ly/1ji8wR>

3:29 PM Oct 23rd, 2009 via web in reply to lsarnixe

@weltonline Abmahnungen von Jack Wolfskin, nein danke !
Aktion hier: <http://bit.ly/1ji8wR>

3:27 PM Oct 23rd, 2009 via web in reply to weltonline

@planet_rabatt Abmahnungen von Jack Wolfskin, nein danke !
Aktion hier: <http://bit.ly/1ji8wR>

3:24 PM Oct 23rd, 2009 via web in reply to planet_rabatt

@news - BOYKOTT JACK-WOLFSKIN - Abmahnungen führen zu nichts !!

2:53 PM Oct 23rd, 2009 via web

- Jack Wolfskin verklagt Privatleute bei Dawanda.de (Bastler-Website) wegen der Nutzung einer „Tatze“.
- Die Nachricht macht über Facebook und Twitter innerhalb von 48 Stunden weltweit die Runde.
- Bereits innerhalb von 24 Stunden wirkt sich das Thema negativ auf die Suchergebnisse aus.
- Der „David-gegen-Goliath-Effekt tritt ein
- Auf FB und Twitter tauchen immer mehr Boykottaufrufe auf.
- Hunderte von Blogs und Medien wie der Spiegel berichten.
- Die Stellungnahme von JW ist Öl ins Feuer: „Abmahnungen seien rechtens“
- Bei Google sind auf der ersten Seite fast nur Treffer zu finden, die sich um die Klage drehen
- Das David-gegen- Goliath-Spiel (...) schadet der Online-Reputation des Unternehmens inzwischen massiv.
- JW zieht die Klagen nach zwei Wochen aufgrund des Drucks zurück...

Social Media - so nicht: Nestle

Videolink: <http://www.youtube.com/watch?v=IzF3UGOIVDc>

Give the orang-utan a break...

- Nestle verwendet zur Herstellung der Schokoriegel Palmöl. Der Lieferant dieses Öls rodet illegal Regenwald zur Gewinnung und vernichtet damit den Lebensraum von Orang Utans.
- Die Greenpeace-Kampagne auf YouTube schlägt ein wie eine Bombe und verbreitet sich in Windeseile
- Das Greenpeace-Video – quasi ein viraler Marketing-Erfolg – wurde via soziale Netzwerke extrem viel verbreitet und entsprechend kommentiert.
- Die User machen ihrem Unmut bei Facebook, Twitter und in Blogs Luft.
- Nestle lässt die Einträge löschen, entfernt ganze Seiten (z.B. die FB FanPage mit mehr als 90.000 Usern) und droht Bloggern mit rechtlichen Konsequenzen.
- Die User reagieren darauf mit Empörung und Unverständnis. “nestle, you have much to learn about the internet. and about common human decency” schrieb ein Facebook-User. Ein anderer äußerte: “What Greenpeace supporters did is a sign of the times: Brandjacking a Facebook fan page is the new form of tree hugging. A lot safer too”.

Social Media macht erfolgreich

- Twitter User folgen dem DELL Outlet für interessante Elektronik-Angebote. Dell hat damit über Twitter mehr als 3 Millionen USD Umsatz generiert.
- Eiscreme-Freunde in New York geben der Eis-kette Tasti-D-Lite Marketing Feedback via Twitter sowie Facebook und bekommen dafür von der Firma oft „IHRE“ Eis-Kreation als Überraschung geliefert.
- Crowdsourcing: Unter mystarbucksidea.de können Interessierte über die zukünftige Entwicklung diskutieren, eigene Ideen einstellen und bewerten. Unternehmensinterne Experten prüfen die Vorschläge und entscheiden über die Umsetzung.
- Starbucks zeigt mit diesem Projekt, wie mit dem Social Web Anwender kostengünstig in den Entwicklungsprozess eingebunden werden können. Seit März 2008 sind fast 80.000 Ideen eingestellt worden. Für die am höchsten bewertete Idee haben fast 100.000 Besucher gestimmt und es sind alleine hierzu mehr als 1000 Kommentare gepostet worden.
- Gary Vaynerchuk, ein Weinhändler aus New Jersey, schaffte es durch die geschickte Nutzung von Social Networking den Umsatz seines Unternehmens von vier auf 50 Millionen Dollar zu steigern. Vaynerchuk bloggt, twittert und podcastet. Er nutzt wie selbstverständlich die Social Media Instrumente, um mit Menschen zum Thema Wein zu kommunizieren.
- Dabei hat Vaynerchuk über die Jahre ein großes Netzwerk aufgebaut und erreicht allein mit seinem Video Blog [Wine Library](http://WineLibrary) täglich mehr als 60.000 Besucher, von denen nicht wenige zu Kunden werden. Vaynerchuk ist es mit Hilfe von Social Networking gelungen, sein kleines Familienunternehmen zu einer weltweit bekannten Marke zu machen.



Social Media macht erfolgreich !

31

Die Möbelmacher
Social Media Newsroom

Suchbegriff

STARTSEITE TERMINKALENDER UMFRAGE SOCIAL MEDIA BILDER VIDEOS DIE MÖBELMACHER GMBH IMPRESSUM

Von uns

Newsletter Nr. 67: Relaxsesselaktion bis Silvester und die Öffnungszeiten
Veröffentlicht am 15.12.2010 von herwig Danzer

Liebe Leute, sicher haben Sie schon per Post erfahren, dass es unsere beiden bequemsten Relaxsessel von Jori nur noch bis zum Jahresende zum Sonderpreis gibt. Sollte unser Kalenderbegleitschreiben nebst Kalender 2011 allerdings nicht bei Ihnen angekommen sein, bitten wir um Nachricht. Ebenso, wenn sie noch andere Menschen kennen, die das Jahrbuch Nr. 15 gerne ...

[weiterlesen -](#)

"Im Internationalen Jahr der Wälder" Das Jahrbuch 2011 der Möbelmacher
Veröffentlicht am 05.12.2010 von herwig Danzer

Erst im Oktober wurden die Möbelmacher aus dem Nürnberger Land mit dem „Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreis“ für ihre regionale Holzwirtschaft und das Leben und Kommunizieren von Nachhaltigkeit ausgezeichnet.* Immer zum Jahresende - jetzt schon zum 15. Mal - bedanken sich die Spezialisten für gesundes Wohnen bei allen 5500 Adressaten in ihrer Kontaktdatenbank mit einem 52-seitigen Jahrbuch, das ...

Tags: [im Internationalen Jahr der Wälder](#), [internationales Jahr der Wälder](#), [massivholzküche](#), [massivholzmöbel](#), [nachhaltigkeit](#), [Nachhaltigkeitspreis](#), [unterkrumbach](#) [weiterlesen -](#)

Newsletter Nr. 66: Tag des Schreiners und Jori-Stühle-Schnäppchen in weiß, in rost und braun
Veröffentlicht am 02.11.2010 von herwig Danzer

Liebe Leute, die ganz schnelle Einladung zum Tag des Schreiners am Sa. und So. 6. und 7. Nov. wird nur noch ergänzt vom absoluten Schnäppchen mit Consumenta Jori-Leihstühlen und Ausstellungstischen aber nur für Schnellentschlossene. Außerdem können Sie den Fernseh- und den Radiobeitrag über unsere Aktionen auf der Consumenta nachhören und (uns) -sehen, dafür bleibt Ihnen diesmal ...

Fotos

Video

Kontakt

herwig Danzer
Geschäftsführer
09151 - 862 999
E-Mail - Profil

Nina Brunner
Sekretärin
09151 - 862 999
E-Mail - Profil

Die Möbelmacher im Netz

- Möbelmacher Homepage
- Nachhaltigkeitsblog
- Laras Loft
- Die Versuchungsküche
- Mappe auf pressehof.de
- Meldungen auf World ecoworld.de
- Twitter
- Facebook
- Dokumente auf Issuu
- Bilder auf ipernity
- Bilder auf sevenload
- Videos auf blip.tv
- Videos auf YouTube
- Videos auf Sevenload
- Social Bookmarks

Lifestream

- sah Limobaum auf der Möbelmacherwanderung.
- Published Winderwanderung der Möbelmacher auf den kleinen Hansgögl.
- Published Möbelmesse in Köln - Teil 2: Kneer Spannbettlucher Jetzt auch aus kontrolliert biologischen Anbau.
- Published Möbelmesse in Köln - Teil 1: Pro Natura.

Um den Fiesta in den USA einzuführen hat Ford 100 Freiwilligen den Wagen kostenlos zur Verfügung gestellt

Einzige Bedingung: Sie sollten während der gesamten Zeit Ihre Erfahrungen bei Twitter und Facebook veröffentlichen
Ford nahm KEINEN Einfluss auf die Äußerungen.

Die riskante Kampagne hat sich ausgezahlt. 58% aller US-Konsumenten kennen den bis dato unbekannten Fiesta schon VOR Verkaufsstart.

Die Möbelmacher aus Unterkrumbach bei Hersbruck wollen mit dem Dialog in diesem Weblog von Kunden, Freunden und Fremden lernen und das Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe und verantwortliches Handeln stärken.

Social Media - so schon: EA SPORTS

Videolink: <http://www.youtube.com/watch?v=h42UeR-f8ZA>

Videolink: <http://www.youtube.com/watch?v=FZ1st1Vw2kY>



- Ein User veröffentlicht ein Video über einen Bug („Jesus Shot“) im aktuellen Tiger Woods Golf Spiel, das in kürzester Zeit hunderttausende Mal angeschaut wird.
- EA Sports kontert nur wenige Tage mit einem eigenen Video, dass den Bug zu einem „Feature“ erklärt. Das Video wird 10 mal erfolgreicher als das Video des Bugs selbst.

Digital Immigrants vs. Digital Natives Next Generation ...

85% der unter 25-jährigen nutzen das Internet
täglich

Digital Natives leben das Netz !

Das Web ist ein **natürlicher**
Bestandteil ihrer Kommunikation.

soziale Struktur ändern sich –
Kontakte in sozialen Netzen sind genauso wichtig
und intensiv wie reale Freundschaften.

Eine **Grenze** wird hier nicht mehr gezogen.



Wie sieht die Zukunft des Social Media aus ?

34

Heute !



Morgen ?

- Viele Identitäten mit verschiedenen Logins
- Einzelne Netzwerke mit unterschiedlichen Freunden, Präferenzen, Favoriten
- Zugriff über ein „Arbeitsgerät“
- Getrennte Technologien (PC = Büro, Fernseher = Wohnzimmer)
- Ära des ICHS
- Nebeneinander
- Surfen allein... soziale Isolation

- EINE Online-Identität für ALLE Netzwerke
- Globale Netzwerke
- Einfacher, permanent verfügbarer Online-Zugriff. immer und überall
- Verschmelzung der Technologien (Fernseher = Internet, iPad)
- Ära der sozialen Kolonisation im Netz
- Miteinander
- Surfen mit Freunden in Echtzeit (Bps. Edelight, Smatch, etc.)

Unternehmen müssen umdenken !

35



Herausforderung Technologie: Nutzung der Tools, Regeln für die Nutzung, etc.

Änderung der **Kunden-Kommunikation**: Kunden informieren sich nicht mehr nur über die firmeneigenen Webseite mit den optimierten Informationen, sondern nutzen soziale Netzwerke wie z.B. Twitter, Qype oder Yelp, um sich über das Unternehmen zu informieren.

Kritikfähigkeit muss gelernt werden: Wie geht man mit Kritik um, Verbesserung und Monitoring der Online-Reputation (SMR = Social Media Reputation).

User werden zu **Marken- und Produktmanagern**: User definieren Produkte und Preise

Social Media muss **strategisch geplant** und als zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur und –kommunikation verstanden werden.

Kein „halbherziges“ Herangehen.

SMR innerhalb des Unternehmens und für die

Mitarbeiterkommunikation müssen erarbeitet werden.

Fehler, die man (nicht) machen sollte...

YES !

► Identität klarstellen

Unternehmen sollten ihre Mitarbeiter dazu anregen, ihren Klarnamen, ihre Funktion und ihren Arbeitgeber offenzulegen – bei privaten wie geschäftlichen Accounts.

► Die Nutzung erlauben

Erlauben Sie den Mitarbeitern die Nutzung sozialer Netze, ja, fordern Sie sie sogar dazu auf !

► Arbeitszeit einräumen

70% der Mitarbeiter nutzen Social Media während der Arbeitszeit. 50% davon beschäftigen sich mit Firmenthemen. Deshalb sollte klar geregelt sein, wie viel Zeit neben den Kernaufgaben für Social Media eingeräumt werden darf.

► Inhalte vorbereiten

Vor dem Start ins Web sollten Sie ein wenig investieren. Nicht nur in die Mitarbeiter, sondern auch in den eigenen Webauftritt und die Qualität der Inhalte.

► Dialog führen

Lassen Sie Raum für Diskussionen und Ergänzungen. Sie müssen die Leser nicht zu Produkten ausfragen, sprechen Sie lieber die Profilierungslust an.

► Geschenke machen

Nutzen Sie die viralen Chancen der Social Media, indem Sie Inhalte produzieren, die Sie nicht exklusiv behalten. Bieten Sie Bloggern kostenlose Bilder zu einer Nachricht oder nützliche Studien plus Infografiken, die jeder verwenden darf. Bieten Sie Ihre Videos so an, dass sie auch auf anderen Seiten eingebaut werden können.

NO !

► Informationen manipulieren

Verdeckte PR-Aktionen, werbliche Einträge in Foren (oder die Konkurrenz diffamierende) sowie Fake-Accounts werden schnell entlarvt und beschädigen die Reputation. Wer einmal lügt, und so...

► Keine Strategie

Machen Sie mit der Transparenz ernst. Wer Mitarbeiter twittern lässt, aber die Kommunikation trotzdem zentral steuern will, wird scheitern. Besser ist, inhaltliche Richtlinien auszugeben und die Mitarbeiter zu schulen.

► Korrekturen verschweigen

Geben Sie Fehler offen zu. Negative Kommentare oder Hinweise heimlich zu löschen und den Fehler stillschweigend zu korrigieren führt schnell zum Unmut der Nutzer.

► Inhalte spammen

Nicht nervt Nutzer und Kunden mehr, als einen Link oder eine werbliche Botschaft mehrfach täglich präsentiert zu bekommen. Wertvolle Inhalte verbreiten sich auch so.

► Bloggern drohen

Nicht wie die Axt im Walde agieren. Blogger publizieren ihre Meinung unverblümt, wenn Sie dabei schlecht abschneiden, nicht drohen. Stattdessen sollten Sie auf demselben Weg kontern – im eigenen Blog oder mit einem sachlichen Kommentar. Respekt gewinnt, wer falsche Behauptungen mit Fakten widerlegen kann.





1 Billion Euro Schaden ist der Wirtschaft durch Mitarbeiter-Fehlritte bereits entstanden

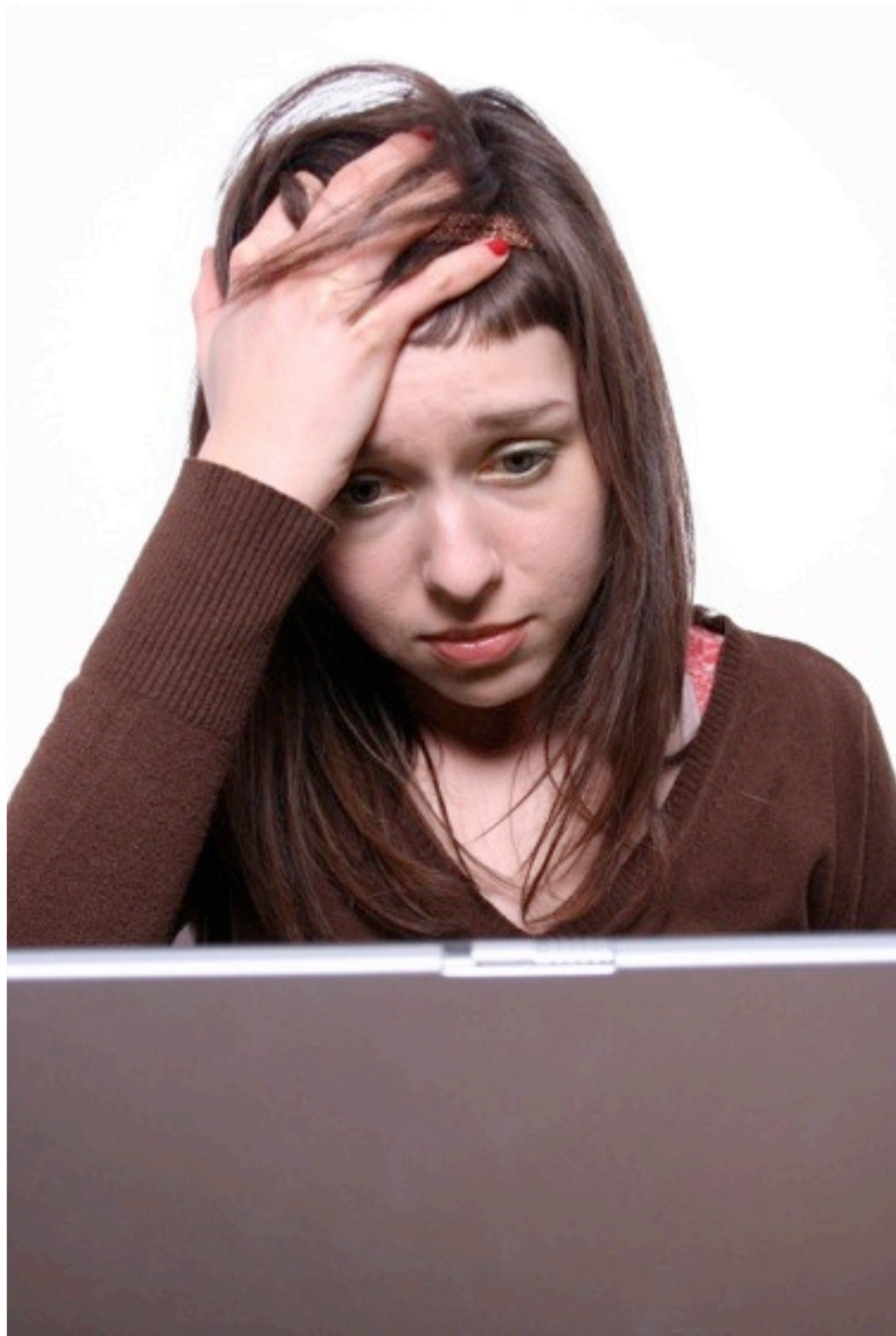
70% der Mitarbeiter nutzen Social Media Netzwerke während der Arbeitszeit.

Mehr als **50%** nutzen die Netze für geschäftliche Dinge (z.B. Kontakt mit Kunden, etc.).

Social Engineering als Gefahr der Industriespionage.

Die **Grenze** zwischen Privatleben und Beruf verwischt und die Kontakte werden nicht mehr differenziert.

Social Media Rules (SMR)



SMR definieren nicht was privat ist und was nicht !

Dazu ein Auszug aus den Social Media Richtlinien der Intel Corporation:

“In den sozialen Netzwerken im Web sind die Grenzen zwischen öffentlich und privat, persönlich und beruflich nicht mehr eindeutig erkennbar. Indem Sie sich als Mitarbeiter von Intel identifizieren, tragen Sie bereits dazu bei, wie Intel von Aktionären, Kunden und der allgemeinen Öffentlichkeit wahrgenommen wird – und wie Sie von Ihren Kollegen und Vorgesetzten wahrgenommen werden.”

SMR dürfen nicht die Privatsphäre der Mitarbeiter einschränken oder ihnen die Nutzung von Social Media verbieten.

Die Feststellung in den SMR von Intel, dass ...

...“Social Computing Ihnen [den Mitarbeitern] helfen kann, stärkere und erfolgreichere Geschäftsbeziehungen zu entwickeln”,...

... ist ein klares Bekenntnis des Unternehmens zu den Social Media-Aktivitäten der Mitarbeiter. Die Mitarbeiter sind es, die dem Unternehmen durch ihren Einsatz im Social Web einen persönlichen Anstrich geben und es auf authentische Weise positiv darstellen können.

Mit SMR bekennt sich das Unternehmen zu Social Media !

Orientierungshilfe:

1. Verschwiegenheit: gegenüber vertraulichen und rechtlichen Informationen
2. Know-How: beim Einbringen aussagekräftiger Inhalte und Kommentare
3. Transparenz: in der Kommunikation, z.B. das Eingestehen von Fehlern
4. Respekt: gegenüber anderen Nutzern (Konkurrenten) durch angemessen sachliche und höfliche (nicht beleidigende) Kommunikation

Idealerweise wird die Einführung von SMR mit einer Mitarbeiterschulung verbunden !

Social Media Rules

Beispiel: Otto ...



"4. Als Mitarbeiter/in haben Sie das Recht, sich privat und auch öffentlich über das Unternehmen zu äußern – positiv wie negativ. Wenn Sie dies tun, sollten Sie in Ihrem eigenen Interesse und aus Respekt gegenüber der Community möglichst deutlich machen, dass Sie nur aus Ihrer persönlichen Sicht schreiben."



Social Media Rules der Boomerang ...



- Der Social Media-GAU: 13 Mitarbeiter (Cabin Crew) lassen sich bei der Facebook-Seite von Virgin über die Fluggäste und die schlechten Sicherheitsstandards aus
- Die Gäste werden unter anderem als „Prols“ bezeichnet, sie stinken und seien nervig.
- **Die Mitarbeiter werden entlassen.**
- 100 Tausende lesen die Kommentare
- Millionen lesen die negativen Schlagzeilen, die durch die gesamte Weltpresse laufen (BBC, Spiegel, Focus, USA Today, Telegraph, etc.)

Last words ...



Content isn't king.

If I sent you to a desert island and gave you the choice of taking your friends or your movies, you'd choose your friends -

if you chose the movies, we'd call you a sociopath.

Conversation is king. Content is just something to talk about.

Cory Doctorow, Science Fiction Autor

Inhalt ist nicht wichtig.

Wenn ich Dich auf eine einsame Insel schicke mit der Wahl entweder Freunde oder Videos mit zu nehmen, würdest Du die Freunde wählen -

wenn Du dich für die Videos entscheidest, halten wir Dich für einen Spinner...

Konversation ist wichtig. Inhalte sind nur etwas, worüber man redet...

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit...

Jörn Steinhauer

www.alphasystems.com

Twitter: joern_steinbauer

Facebook: Jörn Steinhauer

Key-Learnings:

Niemals aufgeben - alles andere ist Käse...

Reputation ist alles, Image ist nichts...

Social Media funktioniert... aber:

Glauben Sie nicht alles, was Sie im Internet sehen...

Videolink: <http://www.johnnolanfilms.com/films/nolans-cheddar/>

Die arme Maus... Aber Käse macht „strong“.



Gardner Group

AGOF

Flickr

XING

Facbook

Twitter

YouTube

Nolan Films

ZDNet

Spiegel Online

Focus Online

Diverse Blogs (z.B. PR-Blog,
DieWaschküche, etc).