

[www.joergkrause.de](http://www.joergkrause.de)

[www.winterwork.de](http://www.winterwork.de)

# SOZIALE NETZWERKE & MEDIEN (SOCIAL MEDIA)

Aspekte und Anregungen für  
Gesellschaft und Geschäft

Ein kurzer Blick zurück

WIE ALLES BEGANN

# SOCIAL MEDIA? WEB 2.0?

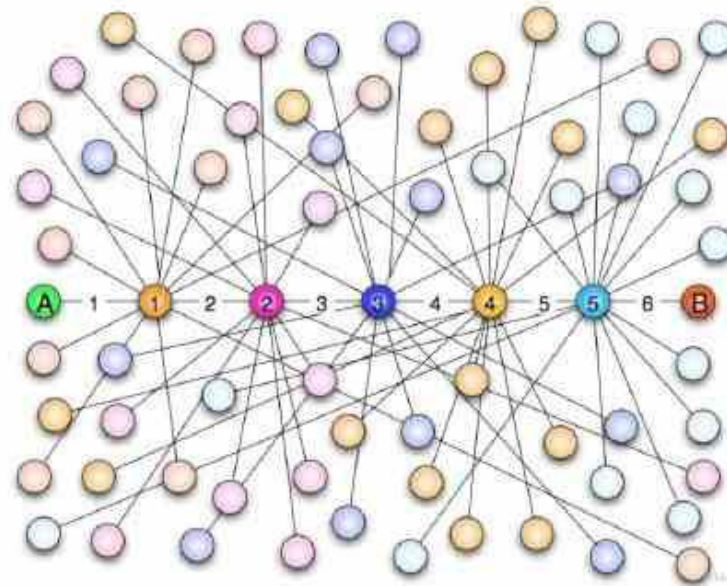


- ◉ Der Begriff „Social media“ löst den Begriff „Web 2.0“ allmählich ab
- ◉ Aber was bedeutet „Social Media“?



# SCHLAGKRÄFTIGE ARGUMENTE

- Small World Theorem
  - 6 Schritte von jedem zu jedem



Eine Analyse

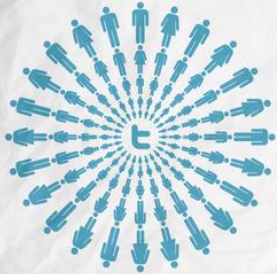
# URSACHE UND WIRKUNG

# BEISPIELE

- ◉ Facebook (eher privates Netzwerk)
- ◉ Twitter (eher ein Aggregator)
- ◉ Xing (Business-Kontakte)
- ◉ LinkedIn (Business-Kontakte international)
- ◉ Google Latitude (Geo-Dienste)
- ◉ Wikipedia (Enzyklopädie)
- ◉ Youtube (Videoportal)
- ◉ Neon.de (Medien-Community)
- ◉ ...



# Twitter on Paper



Ev Williams, Twitter's co-founder revealed interesting facts about Twitter at Chirp: The Twitter Developer Conference. April 2010

## Twitter receives

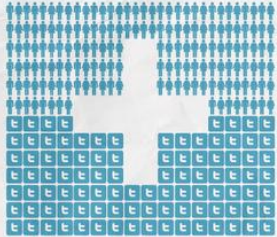
**180 Million**



unique visitors a month

**Twitter has 105,779,710 registered users**

**It gets 300,000 new users a day**



**75% of traffic comes from outside of**



**Twitter.com**

**Twitter now has**



**175 employees**

**600 million**

**search queries a day**



**37% of users update their status through a mobile phone**

- Beeindruckend...
- ...aber kein soziales Netzwerk

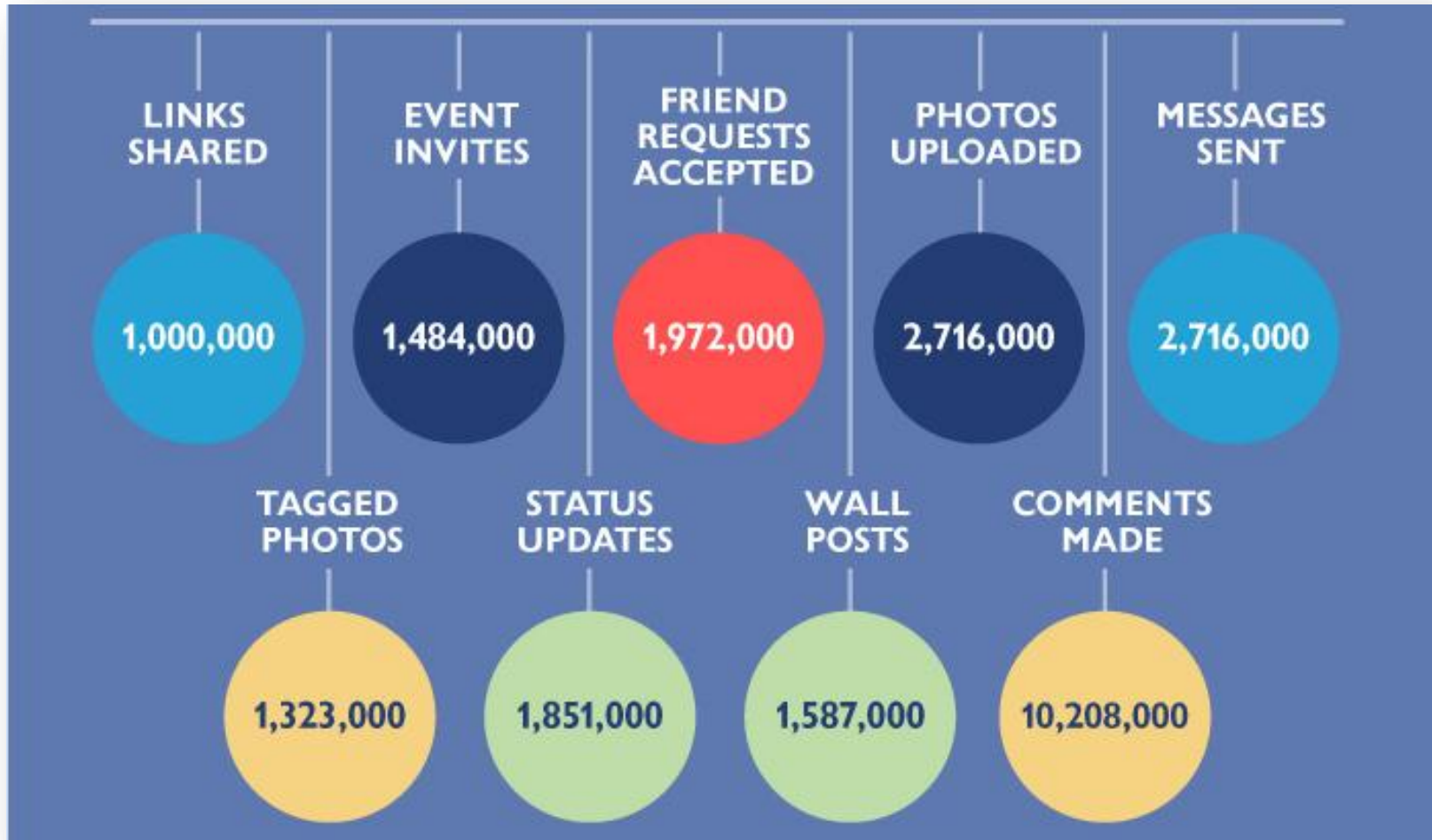
600.000.000 Mitglieder

300.000.000 täglich

20% mobil



# 20 MINUTEN AUF FACEBOOK



# Besucher sozialer Netzwerke

in Deutschland im März 2010  
(in Millionen)

Veränderung  
zu März 2009

Facebook	15,0	291%
SchülerVZ	9,3	2%
Wer-kennt-wen	7,5	27%
StudiVZ	6,2	-1%
MeinVZ	5,9	30%
MySpace	5,1	-4%
Stayfriends	4,7	49%
Jappy	3,7	33%
Twitter	2,9	494%
Xing	2,5	73%
Lokalisten	1,8	-19%

Quelle: Comscore

F.A.Z.-Grafik Brocker

# "UNSERE" NETZWERKE

Angebot	UU (Mio.)	Kontakte (Mio.)
VZ Netzwerke	14	1.013
wer-kennt-wen.de	7	29
MySpace.de	7	1.047
StayFriends.de	7	149
XING.de	4	75
QYPE.com	3	21
Lokalisten	2	47
blog.de	2	39
KWICK!	2	20

UND?



# „THE END OF BUSINESS AS USUAL“

„Companies must ask themselves where their corporate cultures end. If their cultures end before the community begins, they will have no market.“

„We're both inside companies and outside them. The boundaries that separate our conversations look like the Berlin Wall did, but they're really just an annoyance. We know they're coming down. We're going to work from both sides to take them down.“

# MCKINSEY - 11 JAHRE SPÄTER...

Manager müssen Unternehmen in die social-media-Welt führen.

Der Verzicht auf die Vernetzung mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern kann schwerwiegende Folgen haben.

# DER KLASSIKER...

„Change before you have to.“  
Jack Welch



TRAUEN SIE SICH...

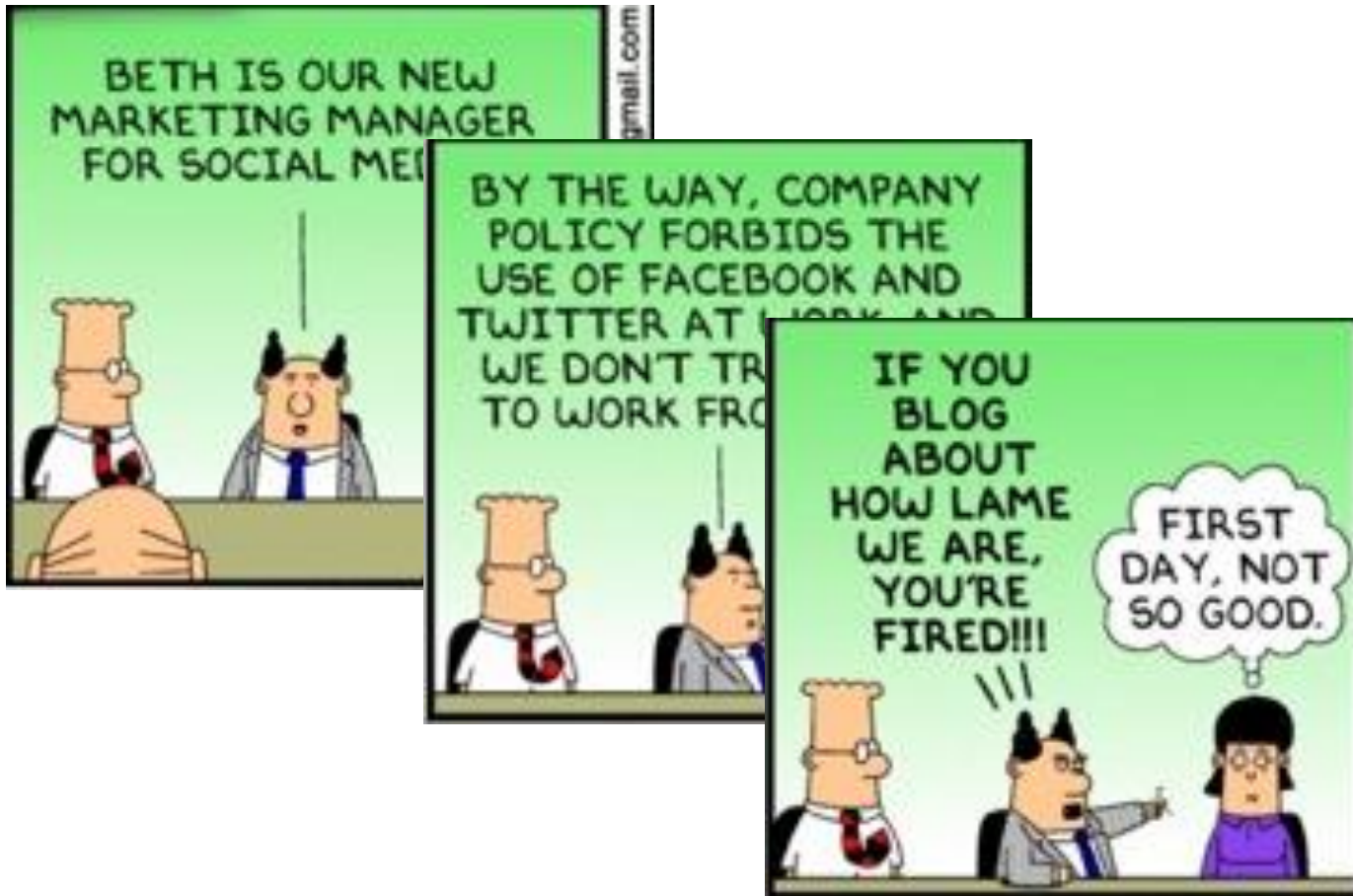
V e r t r a u e n

z u h ö r e n

l e r n e n

r e d e n

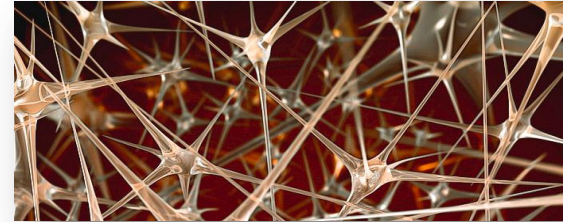
# SEIEN SIE KONSEQUENT...



# ...UND ACHTEN SIE AUF



Transparenz



Vertrauen



Öffnung



# ROI == RETURN ON INVESTMENT



Vom Wettbewerb  
differenzieren

Effizienz steigern

Kundenbindung erhöhen

Chancen ausbauen

Von einander lernen

Vertrauen aufbauen

Netzwerk vergrößern

Einfluss nehmen

# ROI == RETURN ON IGNORING

- ✓ Es wird über Sie geredet, auch wenn Sie nicht dabei sind
- ✓ Vernetzung führt zu Loyalität - wer nicht vernetzt ist, ist (bald) nicht mehr dabei
- ✓ Reputation zählt mehr als Werbung - besser, Sie wissen wie das geht

Wie wirken sich „soziale Medien“ auf Ihr Geschäft aus?

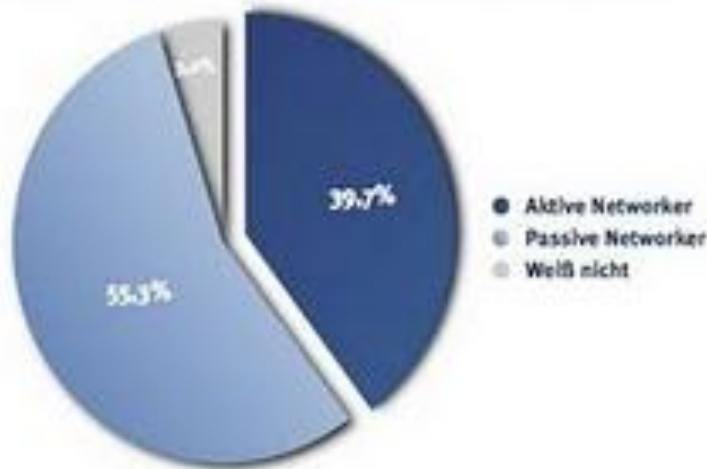
„SOCIAL MEDIA“  
UND GESCHÄFT

# CHANCE FÜR IHRE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT?

- ⊙ Ist Social Media wirklich relevant für die Öffentlichkeitsarbeit?
- ⊙ Ja, aber...
  - Nutzerverhalten und Marketing
  - Nicht unterschätzen
  - Nicht überschätzen

# WACHSTUM STAGNIERT

**Nur 40% der Networker kommunizieren aktiv**  
Kommunizierende, gestaltende Networker in der Minderheit



30. WWW-Benutzer-Analyse WjB, Frühjahr 2010  
Regelmäßige Besucher von Social Networks

© 2010 www.fitkaufmass.de

- 62 Prozent der Internet-Nutzer besuchen Social Networks
- 35 Prozent nutzen Social Networks regelmäßig.

Dieser Anteil stagniert.

# ERWEITERTE REALITÄT



- ◉ Soziale Netzwerke schaffen eine „erweiterte Realität“
- ◉ Die Menschen nehmen die Online-Welten als wahr an

# WAS UNTERNEHMEN GLAUBEN...

## Für welche Bereiche eignet sich Social Media?



Quelle: Temmel, Seywald & Partner  
n=86 börsennotierte Unternehmen  
Mehrfachnennungen möglich

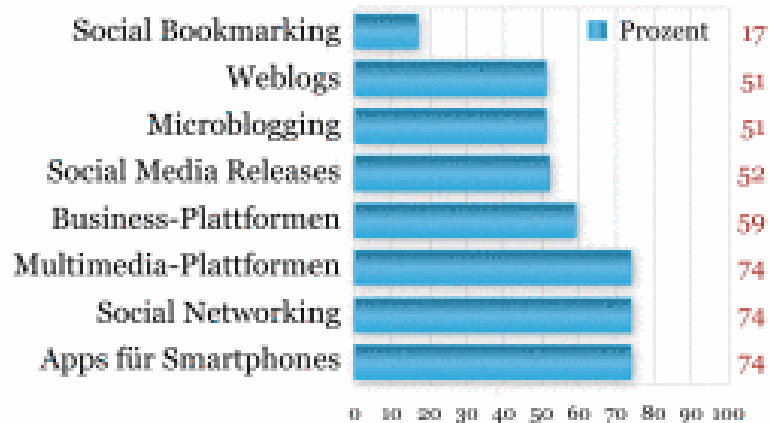
 **pressetext**

# ...UND TUN ES NICHT WIRKLICH

- ◉ Social Media Tools werden auf kommerziell bislang wenig eingesetzt
- ◉ Die Anbieter setzen auf:
  - Kontaktformulare (93%)
  - E-Mailadressen (87%)
  - Newsletter (79%)
  - Videos online (56%)
  - RSS Feeds (53%)

# DAS PRINZIP HOFFNUNG...

## Welche Bereiche werden in nächster Zeit an Bedeutung gewinnen?



Quelle: Temmel, Seywald & Partner  
n=86 börsennotierte Unternehmen  
Mehrfachnennungen möglich

pressetext

- ◉ Beim Social Media-Portfolio sind Twitter und Facebook die Favoriten.
- ◉ Unternehmen hoffen auf:
  - Facebook (60%)
  - Twitter (57%)
  - YouTube (52%)
  - Xing (42%)

# ...ABER KOSTEN DARF ES NICHTS

- ◉ Offensichtlich wollen die Unternehmen für Social Media möglichst wenig zusätzliches Geld ausgeben
- ◉ Mehr als ein Drittel (38%) gibt an, seine Social Media-Aktivitäten mit den bereits vorhandenen Ressourcen zu managen.
- ◉ Ein Drittel der Befragten (32%) stellt für seine Social Media-Auftritte zwar Mittel bereit.
- ◉ Die Mehrheit dieser Gruppe ist allerdings im unteren Ausgabenbereich bis 20.000 Euro angesiedelt.

Was es wirklich taugt

# WIDER DIE SKEPSIS

# WARUM DIESE SKEPSIS?

1. Vorurteil:  
„Das ist Spielerei, etwas für die Freizeit“
2. Vorurteil:  
„Die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken entspricht nicht der Realität“
3. Vorurteil:  
„Empfehlungen aus sozialen Netzwerken haben nicht die selbe Bedeutung wie ‚echte‘ Empfehlungen“

# BERUF UND FREIZEIT

- ⊙ Verschmelzen in vielen Branchen
- ⊙ Work Life Balance ist auch ein „weiche“ Integration
- ⊙ Talentierte Mitarbeiter lassen sich nicht holen, wenn der Arbeitsalltag drastisch hinter den Freizeitanspruch zurückfällt (Media, Phone, Arbeitsplatzausstattung, ..)

# 1. Vorurteil widerlegt

# STUDIE: SOZIALE NETZWERKE LÜGEN NICHT

- ⊙ „Es sind tatsächliche Beziehungen, die dort ausgehandelt werden.“, so der Psychologe Mitja Back von der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.
- ⊙ Falsche Angaben zu machen, liegt nicht im Interesse der Nutzer
- ⊙ „Es gibt ein Grundbedürfnis, wahrgenommen zu werden und sich so darzustellen, wie man ist“ sagt Back.

# STUDIE: SOZIALE NETZWERKE LÜGEN NICHT

- ◉ Internetprofile in sozialen Netzwerken wie Facebook und StudiVZ lügen nicht, sondern offenbaren die Wahrheit über ihre Besitzer.

„In unserer Studie kam heraus, dass sich genaue Persönlichkeitsurteile anhand von Profilen in sozialen Netzwerken erstellen lassen.“

## 2. Vorurteil widerlegt

# ABER...

- „Ich finde es befremdlich, über Facebook mit einer Hautcreme befreundet zu sein“. (Katja Riefler)
- MIT-Forscher kommen bei der Neuauswertung einer Studie zum Musikkau online zum Ergebnis: Soziale Netzwerke wirken sich nicht so stark auf den Kauf von Produkten aus, wie gemeinhin angenommen.
- Das „Word-of-Mouth“-Marketing (echte Empfehlungen) funktioniert nach wie vor besser als das „Word-of-Mouse“.

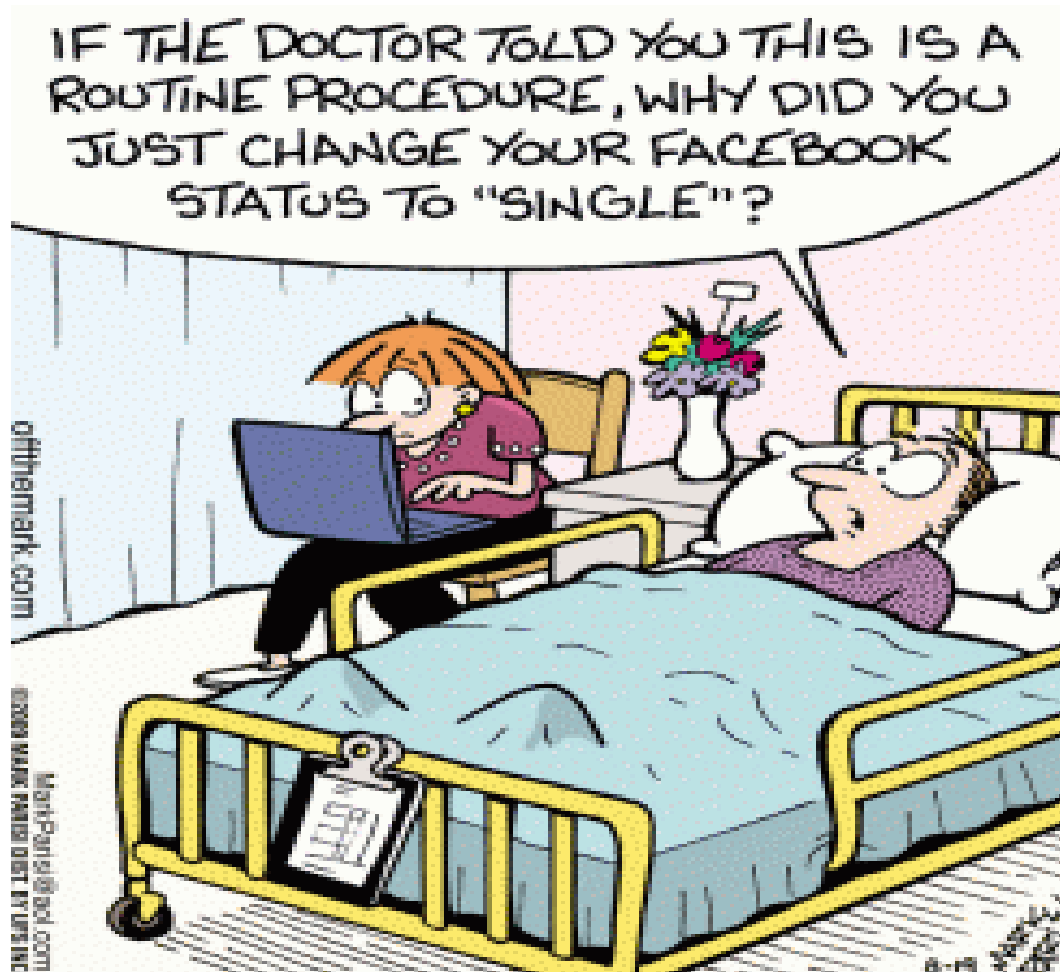
# 3. Vorurteil bestätigt

# ...JEDOCH

- ⊙ Social Media Aktivitäten generieren Traffic auf Ihrer Site
- ⊙ Social Media Aktivitäten helfen bei der Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

Buzzword Alarm: Social Media Optimization

# WAS SCHIEF GEHEN KANN



# ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN EIGENER SACHE, ABER RICHTIG

- ◉ Nicht so wie WeTab-Chef Helmut Hoffer von Ankershoffen.
- ◉ Er hat unter falschen Namen euphorische Besprechungen seines Tablet-PCs auf Amazon geschrieben.
- ◉ Jetzt ist er den Job als Geschäftsführer los.
- ◉ Eigentlich verwunderlich, denn die kurze Geschichte des Social-Media-Marketings ist voll von solchen Beispielen.

Come to where the culture can be touched...



Touch China App  
- Powered by China Daily

# CHINADAILY

Cover Story  
First lady of world finance



Thursday, June 30, 2011

中國日報

Beijing : 24/29°C more cities

- Home
- China
- Business
- Metro Beijing
- Regional
- World
- Opinion
- Sports
- Life
- Entertainment
- Video
- Photo
- Debate

## Society

### Official apology for doctored photo

By Wang Qingyun (chinadaily.com.cn)  
Updated: 2011-06-28 11:21

Comments(6) Print Mail Large Medium Small

Government of Huli county, Southwest China's Sichuan province apologized for posing a doctored picture of its officials on Monday, Xinhua News Agency reported.



The screen grab of the doctored photo taken from xinhuanet.com, June 28, 2011.  
[Photo/chinadaily.com.cn]

24券 更多团购

餐饮美食  
休闲娱乐  
美容化妆  
网上购物  
运动健身  
养生保健

全国包邮  
SHOP NOW

PBA佳而美柠檬单方精油  
25

Specials

Premier Wen's European Visit  
more

Columnists

Chen Weihua

- Cities more than just a skyline

Li Xing

- Learning more than just the language

more

Dirty Oil Returns

China Daily E-paper

China Daily

# PINOCCHIO AUF FACEBOOK

WHEN PINNOCHIO TALKS  
TO GIRLS ONLINE....



**VIELEN DANK!**

[www.joergkrause.de](http://www.joergkrause.de)