

Social Media – gefragt ist Kontaktfreude

Vortrag über Internet, Facebook und Blog in der Waas'schen Fabrik / Seminare geplant

Geisenheim. (sm) – Social Media bedeutet „gesellschaftliche Netzwerke“. Heutzutage werden Verbindungen nicht mehr nur in der realen Welt, sondern rasant zunehmend im Internet geknüpft, man trifft sich weniger oft bei realen geselligen Veranstaltungen, um Klatsch/Tratsch und Tipps auszutauschen, sondern gibt per Facebook oder Blogging seine daily experiences weiter, lässt andere daran teilhaben, knüpft Kontakte. Pia Lauck, freiberufliche Grafikdesignerin, kam am Mittwoch vergangener Woche in die Waas'sche Fabrik, um einen Vortrag über Internet, Facebook & Co. in Verbindung mit dem geschäftlichen Erfolg mittelständischer Unternehmen zu halten. „Irgendwann in meiner Laufbahn bin ich reingerutscht in die Erwachsenenbildung, zudem kam meine Designer-Ausbildung zum Tragen, indem ich Logos entwickelte für mittelständische Unternehmen“, erklärte sie den Zuhörern in der zum Kunst- und Kulturgebäude umgebauten Fabrik, und weiter: „Ich habe mich früh für's Internet interessiert und für Fragen wie ‚Was braucht ein Unternehmen damit seine Website funktioniert, damit der Kontakt zum Kunden klappt?‘ Ihr bisher größtes Projekt war die Entwicklung einer Intranetlösung, mit der weltweit alle 250 für Fluggesellschaften tätigen Cateringbetriebe in einem online pool verbunden wurden. Seit 2010 hat sich die Self-Made-Frau spezialisiert auf Social Media Marketing. Wie kommunizieren Menschen miteinander? Wie können sie dabei optimal das Internet nutzen? Pia Lauck hilft Unternehmen, sich einen innovativen Marketing-Mix aufzubauen, mit durchgehend einheitlicher, für den Konsumenten schnell wieder erkennbarer Gestaltung. Sie erstellt für die Firmen Seiten im Internet, auf Blog-Basis oder bei Facebook. Wichtig für den Erfolg sei ein wertvoller Inhalt der Seiten, es müsse etwas von den Menschen wirklich Gesuchtes sein. Netzwerke sind positiv und negativ wirksam. Die Weiterentwicklung von Web 1.0 zu Web 2.0 ermöglichte jedem, Inhalte direkt ins Internet zu stellen, ohne weitere Software. So bietet zum Beispiel Amazon seine Kunden um die Bewertung der Buchverkäufer. Schreibt nun ein Käufer in das Feld „persönliche Bemerkungen“, die Ecken des Buches seien abgewetzt gewesen aufgrund mangelhafter Verpackung, so setzt er damit eine Aussage über einen Menschen ins Internet, die niemals gelöscht werden kann und auf die Kräfte wie google jederzeit Zugriff haben. Google bezieht die Informationen, die es auf ein vom User eingegebenes Stichwort hin liefert, seit langem schon auch und vor allem aus dem Pool privater Kommentare. Und dann, die Frage: Wer ist überhaupt 24 Stunden am Tag online, und wo? Es wurde festgestellt, dass 54 Prozent der Onliner weltweit nicht etwa begriffsstutzig auf irgendwelchen Internet Pfaden herumtorkeln, sondern



Pia Lauck begeisterte ihre Zuhörer mit einem lebendigen Vortrag.

sich ganz vergnügt bei Facebook tumeln. Facebook ist neben You Tube, Xing (eine „Visitenkartenbox“), Pinterest (eine Pinnwand für Bilder), Google, Twitter und Blog das meistgenutzte Internetwerkzeug.

Trotz aller Vorbehalte angesichts der mit dem Internet verbundenen Gefahren sagt Pia Lauck kategorisch: „Wenn ein mittelständischer Betrieb seine Geschäfte ankurbeln, ja überhaupt erhalten möchte, muss er sich Social Media öffnen. Kleine Unternehmen sind dabei sogar im Vorteil, denn die Großen müssen alles erst mal formal und rechtlich klären, meist sogar extra einen Fachmann einstellen.“ Facebook bietet Usern sowohl eine private, verschließbare, als auch eine Geschäftsseite. Auf der privaten findet zumeist die früher physisch vollzogene Kommunikation mit Freunden und Kollegen statt. Was machst du gerade? Wie war dein Tag? Auf der Facebook-Geschäftsseite heißt es wachsam sein, sie abwechslungsreich gestalten, sonst verlieren potentielle Kunden rasch das Interesse. Anhand der Zugriffszahlen kann man feststellen, wie viel oder wie wenig Erfolg man hat. Wichtig für alle ein bisschen im Dunkeln tappende Neulinge: Das sogenannte „Impressum“ muss mit einem Klick erreichbar sein, seine Existenz und Vollständigkeit entscheidet über die Rechtmäßigkeit des Internet-Auftritts, Verstöße, auch unbeabsichtigte, können viel Geld kosten. Beim Posten von News sollte man möglichst viele „gefällt mir's“ kassieren, um die Stellung zu halten, empfohlen zu werden, im Fokus der Aufmerksamkeit des Internet-Users zu bleiben. Für's moderne Internet gilt das antiquierte Sprichwort „Der frühe Vogel fängt den Wurm“. Nur derjenige, der schon im Morgengrauen und den ganzen Tag über seine Seiten bei Google, Facebook & Co. pflegt und aktualisiert, kann die durch das Internet Netzwerk

garantierten Vorteile voll nutzen. Noch besser als bei Facebook verteilt man den Inhalt einer (Werbe)Botschaft durch einen sogenannten „Blog“, ein „Internet-Tagebuch“, das formlos begann, als bald aber von Programmierern zu echten Websites mit User-Leistungen umfunktioniert wurde. In diesem Tagebuch erzählt man von Reisen, stellt Bilder ein, postet Info's. Wer mitmachen möchte, kann zum Beispiel über 1&1 einen Blog installieren lassen.

IT-Fachchinesisch und die für den Umgang mit Social Media nötigen Fertigkeiten schüchtern viele User ein. Aber, so betonte Pia Lauck, man sollte sich nicht verschrecken lassen, mutig Fehler riskieren, fragen, lernen, Ängste und Barrieren abbauen. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen sei ein gelungener Internet-Auftritt unverzichtbar. Man müsse „regional gefunden werden“, Kunden sofort Lösungen für Probleme anbieten können, das Angebot streuen, etwas tun, um weiterempfohlen zu werden, und natürlich neue Geschäfte generieren. „Social Media ist keine Werbung, sondern stellt Lösungen für Probleme bereit“, sagt Pia Lauck. Sie selbst hat die Wirkung der von ihr empfohlenen Rezepte eindrucksvoll erlebt zum Beispiel bei der Vermarktung des „Noni-Saftes“, eines Naturpräparats, das unter anderem verblüffende Erfolge bei Neurodermitis erzielt. Vorteil von Social Media ist, dass jeder kleine oder mittlere Unternehmer seine Internet-, Facebook oder Blog-Seiten selbst pflegen kann. Es gilt, mit wertvollen Inhalten schnell bekannt zu werden (große Unternehmen sind da schon allein aufgrund gesetzlicher Bestimmungen schwerfällig), Newsletter und E-Mails zu verteilen, mit Monitoring alle Aktivitäten zu beobachten, das heißt wissen, was über das eigene Produkt so geredet wird. Last not least gilt: Aufgrund der Netz-Gesetzgebung