

# Social Media Marketing für KMU

Social Media erlaubt effizientes Marketing mit guten Ideen anstatt mit hohen Marketing-Budgets. Allerdings ist Social Media Marketing zeitaufwendig und braucht Erfahrung.

VON CORINNE JAKOB

Die Kommunikation wurde in den letzten Jahren durch das Thema Social Media neu definiert und regelrecht revolutioniert. Noch nie waren der Austausch von Informationen, die Vernetzung von Usern und die gemeinsame Gestaltung von Inhalten so einfach. Ob Freunde kontaktieren auf Facebook, News verbreiten auf Twitter, Videos veröffentlichen auf Youtube oder berufliches

Networking auf Xing – es gibt unzählige Arten von sozialen Medien, welche zu unterschiedlichsten Zwecken genutzt werden können.

Ein regelrechter Hype hat sich um die Nutzung von Social Media im Marketing-Bereich gebildet. Die Bedeutung sozialer Medien gegenüber traditionellen Medien wie Zeitung, Fernsehen und Radio nimmt kontinuierlich zu. Damit vollzieht sich ein Wandel in der Werbewelt.

## 13 SCHWEIZER SOCIAL-MEDIA-SPEZIALISTEN

ANBIETER	6 GRAD	ABICO	ALIKE SAM STEINER	BISCUMLCOM	BLOGWERK	BLUM, BRYANT
Im Bereich Social Media tätig seit...	2011	2009	2011	2009	2006	2010
Anzahl Mitarbeiter in der Schweiz	2	3	1	1	18	2
<b>Netzwerke und Plattformen, die schwerpunktmässig unterstützt werden</b>						
Facebook	■	■	■	■	■	■
Google+	□	■	■	■	■	■
Twitter	■	■	■	■	■	■
Youtube	□	■	■	□	■	■
Blogging-Plattformen	■	■	■	■	■	■
Weitere	-	Xing, LinkedIn, Microsites, Foursquare, Qype	■	-	-	Hotellerie- und Tourismus-relevante Plattformen
<b>Angebotene Social-Media-Dienstleistungen</b>						
Analyse & Beratung	■	■	■	■	■	■
Konzeption & Umsetzung	■	■	■	■	■	■
Schulung	■	■	■	■	■	■
Content-Erstellung/ Bewirtschaftung	□/□	■/■	□/□	■/■	■/■	■/■
Social Media Monitoring	□	■	□	■	□	■
Weitere	Applikationsentwicklung	-	Social Media Coaching	-	-	-
<b>Angebotene Preismodelle</b>						
Nach Aufwand	■	■	■	■	■	■
Pauschalen für definierte Dienstleistungen	■	■	■	■	□	■
Abonnements mit definierter Laufzeit	□	■	■	□	■	■
Übliche Mindestvertragslaufzeiten	keine	12 Monate	keine	keine	keine	keine
Info	www.6grad.ch	www.abico.ch	www.alike.ch	www.bisculm.com	www.blogwerk.com	www.blumbryant.ch

■ = ja, □ = nein; 1) Employer Branding Portale (Kununu, Xing), Bewertungsportale (z.B. Holidaycheck); 2) Social-Media-Manager-Lehrgänge,

Konsumenten werden nicht mehr nur mit Werbung bombardiert, sondern haben die Möglichkeit, Feedback abzugeben und sich aktiv am Werbeprozess zu beteiligen. Mundpropaganda spielt bei dieser neuen Art von Werbung eine Schlüsselrolle: Durch Meinungsportale und Produktbewertungen in Online-Shops verbreiten sich Kundenmeinungen – positive wie auch negative – so schnell und so weitreichend wie nie zuvor.

**Chancen für KMU**

Soziale Medien machen es möglich, ohne teure Anzeigen Marketing zu betreiben. Mit guten Ideen und Beiträgen können sich KMU einem breiten Publikum bekannt machen, Informationen verbreiten, das Firmen-Image pflegen und einen Dialog mit (potentiellen) Kunden, Mitarbeitern, Konkurrenten und Gleichgesinnten aufbauen. Welche sozialen Kanäle dafür geeignet sind, ist von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Eine allgemeine Erfolgsformel gibt es nicht. Coole und gewagte Kampagnen mögen für ein B2C-Unternehmen erfolgreich und sogar umsatzsteigernd sein, während es für ein B2B-Unternehmen oftmals sinnvoller ist, seine Kompetenz in Fachforen oder -blogs unter Beweis zu stellen. Dass Social Media Marketing viel mehr als originelle Wettbewerbe auf Facebook beinhaltet, zeigt als Beispiel Dell: Durch Online-Communities kann die Firma rund 20

Prozent an Support-Kosten einsparen, da Kunden sich dort austauschen und gegenseitig helfen können. Für das Schweizer B2B-Unternehmen Zweifel bietet Social Media derweil die einmalige Gelegenheit, erstmals direkt mit den Endkonsumenten zu kommunizieren. So hat Zweifel etwa durch Facebook erfahren, dass die vor langer Zeit aus dem Sortiment genommenen Zwiebel-Ringli extrem vermisst werden – und hat sie wieder eingeführt. Erfolgreich, wohlgemerkt.

**SPEZIALISTEN**

In der Schweiz gibt es inzwischen zahlreiche Agenturen, die Dienstleistungen im Bereich Social Media anbieten. In der vorliegenden Marktübersicht haben wir uns aufgrund des grossen Angebots auf diejenigen Agenturen beschränken müssen, die sich schwerpunktmässig mit Social Media beschäftigen. Neben den spezialisierten Social-Media-Agenturen dieser Marktübersicht gibt es aber noch eine Reihe von sehr qualifizierten Full-Service- und Online-Marketing-Agenturen, welche hier nicht aufgeführt sind. Diese beschäftigen zum Teil Mitarbeiter oder ganze Teams, die sich eigens mit Social Media befassen und genauso kompetente Dienste anbieten wie reine Social-Media-Agenturen.

COUNDCO	FUELLHAAS.COM	HUTTER CONSULT	SOCIAL MEDIA SCHWEIZ	SOMEXCLOUD	STANDOUT	SWISS ONLINE PUBLISHING
2007	2009	2009	2008	2011	2012	2010
20	1	3	Spezialistennetzwerk	8	2	6
■	■	■	■	■	■	■
□	■	■	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	■
■	□	■	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	■
-	-	-	Xing, LinkedIn, Pinterest, Slideshare, Researchgate, weitere	-	1)	Live-Chats, Closed-User-Groups, Foren etc.
■	■	■	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	■
■/■	■/■	■/■	■/■	■/■	■/□	■/■
■	■	■	■	■	■	■
Community Building	-	2nd Opinion, Konzeptprüfung	-	2)	-	Moderation, Engagement, Reporting
■	■	■	■	■	■	■
■	■	■	■	■	■	■
■	□	□	□	■	□	■
6 Monate	keine	keine	keine	keine	keine	keine
www.coundco.ch	www.fuellhaas.com	www.thomashutter.com	www.socialmedia-schweiz.ch	www.somexcloud.com	www.standout.ch	www.swissonline-publishing.ch
Community-Manager-Lehrgänge, Unternehmen-2.0-/Social-Business-Lehrgänge, diverse Social-Media- und Web 2.0-Seminare						Quelle: Gryps

**Medium mit Risiken**

Obwohl Social Media Marketing viele Chancen bietet, sollten sich Unternehmen einiger Punkte bewusst sein, um keine un schönen Überraschungen zu erleben. Ein unvorbereiteter Sprung in die Social-Media-Welt ohne klare Zielsetzung erzeugt im besten Fall kaum Beachtung beziehungsweise Erfolg, im schlimmsten jedoch kann es zu dauerhafter Image-Schädigung kommen. Mit dem Einstieg ins Social Web verliert man als Unternehmen die Kontrolle über die Selbstdarstellung. Durch die enge Vernetzung von Konsumenten kommen Mängel und Fehler schnell ans Licht und verbreiten sich wie ein Lauffeuer, zum Beispiel durch Bewertungsseiten wie Yelp und Qype. Auf negative Publicity und Propaganda muss man jederzeit vorbereitet sein. Schnelles und durchdachtes Handeln ist in solchen Fällen das A und O, um sogenannte «Shitstorms» (Empörungswellen) vorzubeugen oder zumindest abzuwenden. Mitarbeiter sollten daher im Umgang mit den neuen Medien geschult werden und ausreichend Zeit dafür aufwenden, die Aktivitäten im Web zu überwachen. Dadurch entstehen Kosten, die Unternehmen im Voraus einplanen müssen: Entweder investiert man viel Zeit – oder man engagiert eine externe Agentur, die sich um das Social Media Marketing kümmert.

**Social Media Agenturen**

In der Schweiz sind vor allem KMU beim Einsatz von Social Media noch sehr zurückhaltend. Viele Unternehmen sind sich nicht sicher, ob sich der Aufwand lohnt. Um langfristigen Erfolg zu erzielen, ist es für uner-

**OFFERTEN ALS DIENSTLEISTUNG**

Das Offertenportal Gryps hat sich darauf spezialisiert, KMU bei der Beschaffung von Office-Equipment und Dienstleistungen zu unterstützen. Dazu nimmt Gryps Unternehmen die Suche nach dem passenden Anbieter ab und holt für sie Offerten ein. Das KMU muss dazu lediglich einen Fragebogen ausfüllen, um dann drei individuelle Offerten von Anbietern aus der Region zu erhalten.

Die Bandbreite von möglichen Produkten, die man sich via Gryps offerieren lassen kann, reicht dabei vom Treuhänder über Telefonanlagen bis hin zu IT-Service-Dienstleistungen oder Suchmaschinenoptimierung. Für Kaufinter-



senten ist die Dienstleistung kostenlos, Anbieter zahlen für den erhaltenen Kontakt eine Gebühr. Weitere Informationen unter [www.gryps.ch](http://www.gryps.ch).

fahrene Unternehmen durchaus sinnvoll, Marketingbudget in eine auf Social Media Marketing spezialisierte Agentur zu investieren. Solche Agenturen können Unternehmen am Anfang dabei unterstützen, Ziele und Zielgruppen zu definieren. Diese sind extrem wichtig, um zu entscheiden, auf welche Social-Media-Kanäle und -Kampagnen sich ein Unternehmen spezialisieren sollte. Ohne klare Zielsetzung verzettelt man sich schnell. Nicht durchdachte Kampagnen führen höchstens zu kurzfristiger Aufmerksamkeit – so trägt das Gewinnen von Fans auf Facebook beispielsweise nicht zwangsläufig zum Erfolg eines Unternehmens bei. Der «Like»-Button ist schnell gedrückt, doch man muss sich einiges einfallen lassen, um das Interesse von Konsumenten wachzuhalten. Agenturen helfen dabei, Präsenz und Kundenbeziehungen auf geeigneten Plattformen und Netzwerken aufzubauen und beizubehalten. Die Dienstleistungen umfassen standardmässig:

- Analyse und Beratung
- Schulung, Konzeption und Umsetzung
- Content-Erstellung und -Bewirtschaftung
- Social Media Monitoring

Content-Bewirtschaftung und -Monitoring sind für den dauerhaften Erfolg von Social Media Marketing unerlässlich. Wenn man sein Umfeld nicht kontinuierlich beobachtet und Beiträge kommentiert und postet gerät man in den Weiten des sozialen Webs schnell in Vergessenheit. Eine einzelne erfolgreiche Kampagne macht noch keine gelungene Social-Media-Präsenz oder gar anhaltende Umsatzsteigerung aus. Bei der Auswahl einer Agentur muss man daher darauf achten, dass entweder eine längerfristige Zusammenarbeit angestrebt oder aber eine gezielte Beratung angeboten wird, wie die Firma Monitoring selber durchführen kann. Zudem sollte man sich vor Agenturen in Acht nehmen, die ein vorgefertigtes Einstiegs paket anbieten. Social Media Marketing muss genau auf das jeweilige Unternehmen abgestimmt werden. Erfolg hat man nicht mit einem 08/15-Auftritt, sondern nur, wenn man es schafft, sich langfristig von der Konkurrenz abzuheben.

CORINNE JAKOB IST BEI GRYPs FÜR ONLINE MARKETING UND KOMMUNIKATION ZUSTÄNDIG.

Lucerne University of Applied Sciences and Arts  
**HOCHSCHULE LUZERN**  
 Wirtschaft  
 Institut für Wirtschaftsinformatik IWI

**Weiterbildungen in Informationsmanagement**

**Master of Advanced Studies**  
 – MAS Information and Process Management  
 – MAS Business Information Technology

**Certificate of Advanced Studies**  
 – CAS Business Information Analytics  
 – CAS Business Process Engineering  
 – CAS Business Software Development  
 – CAS Requirements Engineering  
 – CAS IT-Management  
 – CAS IT Service Management

**Info-Veranstaltung**  
 Donnerstag, 25. Oktober 2012, 19.00 Uhr (Anmeldung erwünscht)  
 Hochschule Luzern – Wirtschaft, Zentralstrasse 9

**Weitere Informationen**  
 T +41 41 228 41 70, [iwi@hslu.ch](mailto:iwi@hslu.ch) oder [www.hslu.ch/iwi](http://www.hslu.ch/iwi)

FH Zentralschweiz