

# SOCIAL MEDIA - DER GRÖSSTE UMBRUCH SEIT DER INDUSTRIALISIERUNG

Schaufenster

**DELL TUT'S. DIE SWISS TUT'S. BERNHEIM TUT'S. KOLT TUT'S. MILLIONEN UNTERNEHMEN NUTZEN „SOCIAL MEDIA“ UND KOMMUNIZIEREN SO MIT IHREN KUNDEN. DIE FIRMENGRÖSSE SPIELT DABEI KEINE ROLLE. MAN SAGT, DASS SOCIAL MEDIA IN ZWEI JAHREN PFLICHTDISZIPLIN FÜR JEDEN CEO SEIN WIRD. WARUM?**

von Yves Stuber und Mike Niederhauser (Fotos)

Was nützen Facebook, Youtube, Twitter & Co einem Unternehmen? Die virtuelle Vernetzung des realen Lebens birgt Gefahren und noch viel mehr Chancen. Welche? Die tagesaktuellen Medienmonopole geraten unter Druck und die Informationen sind schon veraltet, bevor sie die Druckereien gedruckt oder die Online-Redaktionen publiziert haben. „Social Media“ sei der grösste Umbruch seit der Industrialisierung, sei eine radikale Veränderung unseres Kommunikationsverhaltens. Was bedeutet das und wie können auch wir davon profitieren?

Wir haben einen Experten besucht, der uns diese Fragen beantwortet: Reto Baumgartner, Mitinhaber und geschäftsleitender Verantwortlicher für Marketing und Kommunikation der Oltner Agentur MySign.

**Wie beschreibst du in wenigen Sätzen den Trend „Social Media“?**

Mit Social Media bezeichnet man Plattformen zum Austausch von Informationen jeglicher Art und zur

Pflege des persönlichen Netzwerks. Die Grenze zwischen Privat- und Geschäftsleben ist dabei sehr fließend.

**Erstmals in der Geschichte der Menschheit kann man dank Social Media permanent mit seinem persönlichen und geschäftlichen Umfeld verbunden sein – sprich wissen, was andere gerade tun und anderen mitteilen, was man selbst tut.**

Einzige Voraussetzung: Ein Handy mit Internetzugang. Die meistgenutzten Plattformen heissen Facebook und Twitter.

**Welches sind die Vorteile für ein Unternehmen, bzw. wie profitierst du persönlich mit MySign von diesen Plattformen?**

Es gibt viele Möglichkeiten, wie man Social Media nutzen kann. Beispielsweise für die Personalsuche:

Wir haben kürzlich einen neuen Mitarbeiter mit einer 140 Zeichen Twitter Botschaft gesucht. 30 Minuten nach dem Start der Suche hatten wir zwei hochkarätige Dossiers bei uns. 24 Stunden später waren es 11 Dossiers. Insgesamt haben ca. 10'000 Twitter-User unser Jobangebot gesehen und 1000 haben es angeklickt. Dies geschah innert Stunden und zum Nulltarif. Dasselbe kann auch ein kleiner Laden in der Stadt mit seinen Produkten tun: Mit dem Mobiltelefon die neuesten Produkte fotografieren und die Bilder direkt im Netz verbreiten.

**Damit hat dein Unternehmen einen Mitarbeiter gefunden. Kann man mithilfe von Social Media auch den Umsatz steigern?**

Ja natürlich. Schliesslich tummeln sich alleine auf Facebook über zwei Millionen Schweizerinnen und Schweizer – und dies fast täglich. Man muss nur einen Weg finden, wie man an dieses Potential herankommt und dabei die Möglichkeiten, die Social Media bietet,

geschickt nutzen. Eine unserer Erfolgsgeschichten heisst Linsenmax. Das ist ein Onlineshop für günstige Kontaktlinsen, den wir aufgebaut haben und heute betreuen. Für Linsenmax haben wir auch eine Fanseite auf Facebook erstellt, die unterdessen über 2000 Fans zählt. Warum? Jeder Facebook-Fan profitiert von einem 10 Franken-Rabatt im Onlineshop. Allein mit diesen Facebook-Fans hat Linsenmax bereits weit über 100'000 Franken Umsatz erzielt – die meisten davon übrigens Neukunden, die seither regelmässig Kontaktlinsen bestellen.

**Diese Zahlen beweisen die Wirkung von Social Media. Aber auch für die Pflege des geschäftlichen Netzwerkes ist Social Media perfekt geeignet.**

So haben wir schon nur in den ersten Monaten 2010 mehrere grosse Aufträge über Facebook akquirieren können. Und zwar in erster Linie, weil wir auf Facebook darüber



Reto Baumgartner



informieren, was wir bei MySign gerade tun und so unser Umfeld stets auf dem Laufenden halten. Sei es über Events, Projekte, neue Mitarbeiter oder auch nur über eine neue Pflanze in unseren Büros oder einen Geburtstagskuchen.

*Unser Umfeld ist so hautnah dabei und erhält schon fast intime Einblicke in unser Agenturleben. Das schafft Transparenz, Nähe und Vertrauen.*

**Es hört sich einfach an. Kann das jeder oder braucht es professionelle Beratung?**

Grundsätzlich kann das jeder tun, ja. Und es kostet auch nichts auf Facebook aktiv zu sein. Aber man braucht Zeit, sehr viel sogar. Und man muss zuerst sehr viel Erfahrung sammeln, bis man weiss, was funktioniert und was nicht. Will oder kann man diese Zeit und Lehrgeld nicht investieren, dann ist es ratsam sich von erfahrenen Beratern coachen zu lassen, um als Neuling nicht auf den Kopf zu fallen. Social Media verbreitet Nachrichten in Sekundenschnelle. So rasant man potenzielle Kunden

gewinnen kann, so schnell kann das Image geschädigt werden. Darum bieten wir Unternehmern und Marketingverantwortlichen auch Social Media Workshops an, in denen sie die Chancen und Gefahren von Social Media Plattformen kennenlernen und Tipps erhalten, wie sie Facebook und Co. für ihre eigene Kommunikation, sprich ihr Personal Branding, nutzen können. Was wir nicht empfehlen ist, Social Media an den Praktikanten zu delegieren.

*Social Media ist eindeutig Chefsache. Darum beginnen grosse Unternehmen bereits damit, spezialisierte Stellen zu schaffen und sogenannte Social Media Manager einzustellen. Das zeigt die hohe Relevanz dieses neuen Mediums.*

**Worauf muss ein Unternehmen insbesondere achten?**

Sobald ein Unternehmen auf Social Media Plattformen aktiv wird, gilt:

*Kommunikation auf Augenhöhe. Transparent, ehrlich, verständlich.*

*Und vor allem auch: zuhören. Fast wie wenn man sich an einen vollen Stammtisch setzt.*

Man erzählt dann ja auch nicht gleich, wie toll man ist, sondern hört erst mal zu, was diskutiert wird und wer welche Meinung vertritt und fängt allmählich an, mitzudiskutieren. Die Menschen reagieren äusserst sensibel, sobald man in ihre Privatsphäre eindringt – und das tut Social Media fast zwangsläufig, wie noch kein Medium zuvor. Man muss seine „Fans“, „Beobachter“ oder Leser ernst nehmen. Es geht darum, spannende Geschichten zu erzählen, Tipps zu geben, Nutzen zu stiften – kein Marketing-Talk. Um sich so Gehör zu verschaffen - eben wie am Stammtisch.

**MySign ist seit Oktober 2009 in Olten ansässig und hat sowohl grosse Kunden wie die Allianz Suisse oder Die PostAuto, als auch kleinere wie das WM-Public Viewing in der Schützli betreut. Was macht die Qualität von MySign aus?**

Dass wir sowohl für grosse wie für kleinere Kunden nach der passen-

den individuellen Lösung suchen. 0815 ist uns ein Gräuel. Social Media ist dabei nur ein kleiner Bereich unserer Tätigkeit. Unsere eigentliche Stärke ist, dass wir Design, Marketing und Technologie so miteinander verknüpfen, dass einzigartige Marketingkonzepte entstehen. Und diese setzen wir dann auch von A bis Z und in kürzester Zeit erfolgreich um. Oder in anderen Worten: Wir können für einen Kunden die Neu-Gestaltung seines Logos und seiner Werbemittel übernehmen, für ihn einen neuen Onlineshop programmieren und mit seinem SAP im Hintergrund verknüpfen und anschliessend seine Produkte auf Google an die erste Position bringen und auf Facebook posten. Und dies alles aus einer Hand – das ist MySign.

MySign AG  
Design | Marketing | Technologie

Neuhardstrasse 38  
4600 Olten  
062 836 80 10

reto.baumgartner@mysign.ch  
www.mysign.ch  
www.twitter.com/mysign  
www.facebook.com/mysign