

# „Social Media“

## Chancen und Herausforderungen für kleine und mittlere Unternehmen

### Umgang mit Facebook, Twitter & Co.

Web 2.0 und **Social Media** haben sich längst zu einem facettenreichen Perspektivthema entwickelt. Es bietet Akteuren aller Branchen viele neue Möglichkeiten, beispielsweise für das Marketing, den Informations- und Meinungsaustausch, den Online-Verkauf oder die Kommunikation. So ist es nicht verwunderlich, dass Volkswagen seinen neuen Polo zunächst auf Facebook vorstellte, bevor die klassische Medienkampagne gestartet wurde.



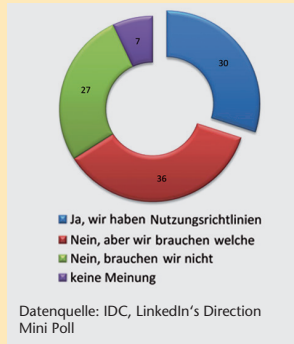
Bild: Fotolia

Gegenüber einer breiten Öffentlichkeit wurde der Begriff „Web 2.0“ erstmals im Dezember 2003 in der amerikanischen Ausgabe eines Fachmagazins für IT-Manager von Eric Knorr, dem Chefredakteur des Magazins „InfoWorld“, erwähnt.

Hinter Web 2.0 steht keine neue Technologie; es ist vielmehr eine veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets also eine Weiterentwicklung des „World Wide Web“. Nicht mehr die reine Verbreitung von Informationen bzw. der Verkauf von Produkten über Websites, sondern die Beteiligung der User am Web steht im Vordergrund.

Der User ist somit nicht länger nur Informationskonsument, sondern produziert auch eigene Inhalte. Das kann natürlich auch dazu führen, dass das Potenzial Meinung zu machen steigt und Krisen möglicherweise verschärft werden.

Durch das Web 2.0 erschließen sich für Unternehmen aber auch absolut neue Wege des Kundendialogs, der Informationsverbreitung oder der Medienbeobachtung. Es bietet



beispielsweise die Möglichkeit, mit den Kunden und Partnern in direkten Kontakt, also in einen unmittelbaren Dialog zu treten.

Der zentrale Begriff des Web 2.0 ist die Community. Die Hauptrolle spielen hier nicht die Betreiber der Websites, sondern die User, die die Inhalte des Web 2.0 weitgehend selbst erstellen und bearbeiten. Größere Unternehmen nutzen das Potenzial dieses „neuen“ Mediums bereits mit unterschiedlichen Ansätzen und Zielen.

### Was sind Web 2.0 und **Social Media**?

Wie lässt sich das Thema strategisch für unternehmerische Zwecke einsetzen? Welche Herausforderungen sind mit diesem Thema verbunden?

Wie „tickt“ die „neue“ Mediengeneration als heranwachsende Zielgruppe?

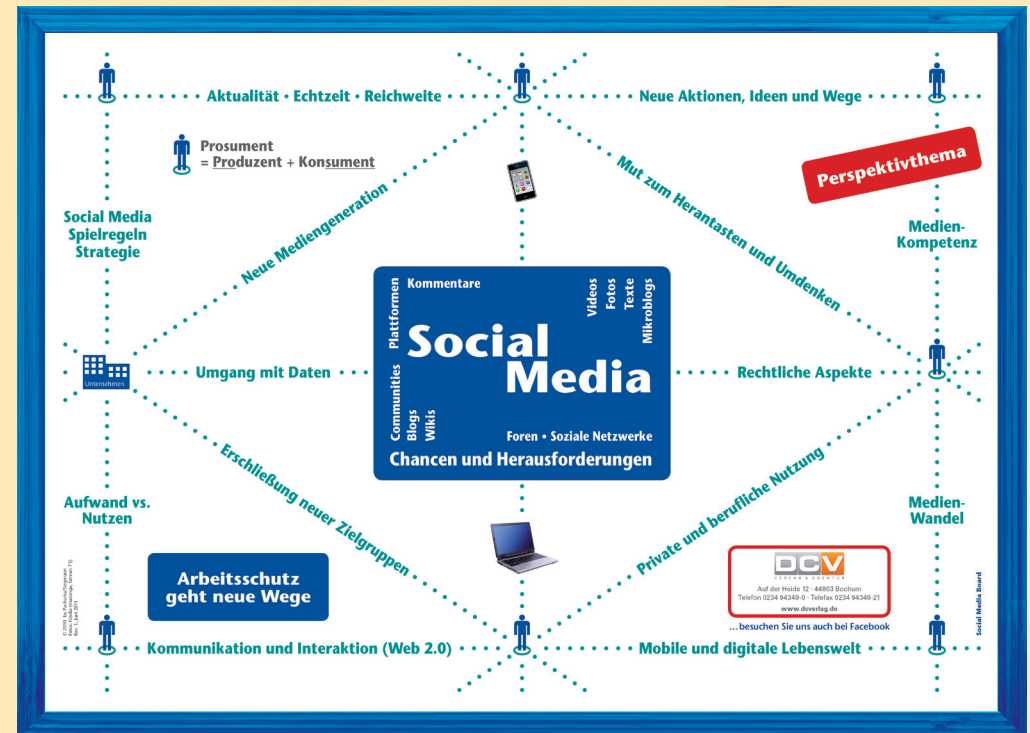
Wie sollten kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei diesem Thema einsteigen?

Laut einer aktuellen Studie der Universität Oldenburg nutzen etwa 60 Prozent der größten Markenunternehmen Deutschlands aktiv **Social Media**. Viele „Kleine und mittlere Unternehmen“ (KMU) zögern noch.

Das Hauptanliegen dieser Praxishilfe ist es, KMU zu sensibilisieren und dazu zu bewegen, sich grundsätzlich mit dem Thema Web 2.0 und **Social Media** zu beschäftigen. Schließlich geht es darum, im Sinne einer mittelfristigen Zielsetzung eine klare Position zu diesem Thema zu finden.

### Der Autor

**Silvester Siegmann** zählt zu den führenden Spezialisten auf dem Gebiet des Betriebssicherheitsmanagements. Siegmann arbeitet in Redaktionsteams verschiedener Fachzeitschriften mit, hat über 160 Publikationen verfasst und ist Mitautor verschiedener Fachbücher zu ähnlich gelagerten Themen. Weitere Tätigkeiten als Sicherheitsingenieur, Berater und Dozent runden sein Profil ab.



kostenloser Download unter: [www.dcvlag.de](http://www.dcvlag.de)

## Bestellung Ich/Wir bestellen hiermit

Name/Firma/Straße/Ort/Telefon

### Schriftenreihe

Stück	Social Media für kleine und mittlere Unternehmen	je 14,90 €
Stück		
Stück		
Stück		
Stück		

Ort/Datum/Unterschrift

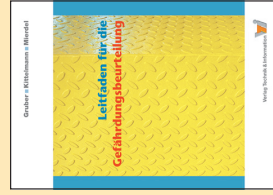


DC Verlag e. K.

44803 Bochum  
Auf der Heide 12

Telefon 0234 94349-0  
Telefax 0234 94349-21

info@dcverlag.de  
www.dcverlag.de



ISBN 978-3-941441-39-2



ISBN 978-3-941441-98-7



ISBN 978-3-941441-14-9



ISBN 978-3-941441-78-1

# Gefährdungs- beurteilung



ISBN 978-3-941441-23-1



ISBN 978-3-934966-83-3



ISBN 978-3-941441-34-7



ISBN 978-3-941441-21-7



ISBN 978-3-934966-87-1



ISBN 978-3-941441-59-0

01/2012

ISBN 978-3-943488-01-2



DC Verlag e. K.



# Social Media für kleine und mittlere Unternehmen

## Grundlagen für den Umgang mit Facebook, Twitter & Co.

Silvester Siegmann

Silvester Siegmann