

„Vom Social Media Marketing zur Social Brand"



Christian Feichtner (Media-Saturn), Sabine Hoffmann (ambuzzador), Meral Akin-Hecke (Digitalks), Barbara Wiesinger (Monster Worldwide Austria) und Christian Rothmüller © Andreas Hafenscher

Diskussion: Digitalks und ambuzzador luden am 18. Mai zu einem Digitalks for Business ins Wiener Museumsquartier

Wien. Thema des letzten Digitalks for Business, zum dem Digitalks und ambuzzador am 18. Mai luden, war "Von Social Media zur Social Brand" - Social Media als multifunktionale Auslagefläche, als integrativer Bestandteil der Unternehmenskommunikation und Teil des Geschäftsmodells. Es diskutierten Sabine Hoffmann (ambuzzador), Christian Feichtner (Media-Saturn), Christian Rothmüller (T-Mobile Austria) und Barbara Wiesinger (Monster Worldwide Austria). Für die Moderation zeichnete Meral Akin-Hecke von Digitalks verantwortlich. In einem Punkt waren sich alle einig: Social Media ist aus einem zeitgemäßen Markenauftritt nicht mehr wegzudenken und eröffnet eine Welt an neuen Möglichkeiten in der Kommunikation mit den Kunden. Doch: „Neue Medien verlangen auch neue Regeln der Kommunikation und Erfolgsrezepte müssen mitunter neu geschrieben werden“, so Sabine Hoffmann, Geschäftsführerin ambuzzador, die das Digitalks-Podium eröffnete. "Reputation werde nicht länger nur in der realen Welt gebildet, sondern entwickle sich heute vor allem auch in der weiten Welt des Web 2.0 wo sämtliche Kommentare und Diskussionen rund um Marken- und Produkterlebnisse für immer dokumentiert, leicht auffindbar und für jeden sehr einfach teilbar sind."

Entscheidend: Qualität und Ausmaß der Interaktion

Christian Rothmüller, Unternehmenssprecher von T-Mobile Austria, bot Einblicke in die Entwicklung des Mobilfunkers zur Social Brand. Wie Media-Saturn Social Media gezielt als zusätzliche partizipative Auslagefläche nutzt, zeigte Christian Feichtner, verantwortlich für Informationsdesign und Social Media bei Media-Saturn. Den Abschluss der Impulsreferate bildete Barbara Wiesinger, Country Managerin von Monster Worldwide Austria. Bei der meist genutzten Jobplattform Österreichs haben facebook, twitter & Co. bereits Einzug im Geschäftsmodell gefunden und werden im Rahmen des Social Recruiting erfolgreich

eingesetzt.

Das Fazit: Es bedarf der Überzeugung von Skeptikern aus den eigenen Unternehmensreihen sowie ausreichend Know-how und Bewusstsein, um den Sprung in die 2.0 Welt zu schaffen, so die Experten. Für den Erfolg einer facebook-Fanpage oder eines twitter-Channels seien nicht nur quantitative Benchmarks wie Fans oder Follower entscheidend, sondern vor allem auch die Qualität und das Ausmaß der Interaktion.