

fokus.

Moderne Mundpropaganda und eine ideale Plattform zum schnellen Austausch von Informationen – das sind die sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter. Die Stadwerke Gruppe ist aktuell und interaktiv gut auf Facebook unterwegs.



Like us on
Facebook

Was tun mit Facebook & Co.?

Nicht nur Medien- und Marketingexperten fragen sich seit einiger Zeit, wozu Social-Media-Plattformen dienen können. Auch in privaten Diskussionen stehen Facebook, Twitter & Co. immer öfter im Mittelpunkt.

Ende September meinte ORF-Online-Gründer Franz Manola im Rahmen der Medientage während einer Diskussion, Facebook sei kein Medium. Die Menschen würden diese „Telekommunikationsanwendung“ zu nichts anderem nutzen als zu dem, was sie immer schon getan hätten: Sie tratschen miteinander – so wie früher an der Bassena – und tauschen sich aus.

Selbstverständlich tauschen die Menschen auf Facebook (und anderen Social-Media-Plattformen)

Meinungen und Erlebnisse aus. Viele posten Fotos von Partys oder aus dem Urlaub. Manche „sharen“ (teilen) Links zu Informationen, die sie für interessant oder herzeigenswert halten. Auch finden sich Hinweise auf Videos (viele davon stehen auf Youtube) und Musik.

Was ist ein Medium? Jedermann kann heute „Content“ produzieren und dank Plattformen wie Facebook auch einer mehr oder weniger großen Menge an Menschen zugänglich machen. Die Medienlandschaft ist seit Jahren im Umbruch; Fernsehen, Zeitungen und Radio – zumindest in der Form, wie wir es vor zehn oder 20 Jahren gewohnt waren – verlieren an Bedeutung. Das Web gewinnt an Wichtigkeit, denn viele Menschen lesen Zeitungen im Internet, sehen dort Fernsehbeiträge an oder hören Radio am PC. Diese Entwicklung „knabbert“ an der Wichtigkeit der herkömmlichen Medien.

Und jetzt auch noch Social Media. Wurde vor einigen Jahren noch darü-

ber diskutiert, wie sich das „Web 2.0“ entwickeln könnte und welche Änderungen diese Entwicklungen mit sich bringen würden, ist spätestens seit 2010 die Nutzung sozialer Netzwerke für viele Menschen nicht mehr aus ihrem Leben wegzudenken. Das weltweit bekannteste und am stärksten genutzte Social Network ist zweifellos Facebook.

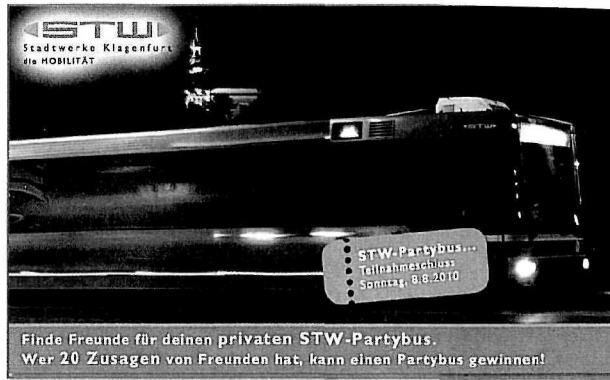
Moderne Mundpropaganda. Ende September 2010 hatte Facebook in Österreich mehr als zwei Millionen Nutzer und war damit (nicht nur) hierzulande das mit Abstand meistgenutzte Soziale Netzwerk. Es ist nur allzu verständlich, dass es damit auch als Werbemedium relevant wird. Doch bleibt die Frage, an deren Beantwortung noch viele Unternehmen scheitern, offen: Wie dort werben?

Werbung in sozialen Netzwerken unterliegt eigenen „Gesetzen“. Die beste Wirkung erzielen wohl Empfehlungen von „Freunden“, Displaywerbung (umfasst etwa Banner oder „Google Ads“) scheint hier fehl am Platz. Was früher die Mundpropaganda war, ist

heute Social Media. Die auf Buzz-Marketing spezialisierte Wiener Agentur Ambuzzador spricht nicht umsonst von der „digitalen Reputation“ eines Unternehmens und empfiehlt die laufende Überprüfung, was denn über das eigene Unternehmen im Web „getratscht“ wird. Denn nur mit diesem Wissen ist ein Unternehmen in der Lage, angemessen aufzutreten und mit der Zielgruppe zu kommunizieren.

Freu(n)de beim Mitspielen. Besonders attraktive Fanseiten und witzige (Gewinn-)Spiele kommen im Social Web gut an. Das zeigen auch die Erfahrungen des Strandbads Klagenfurt: Am 20. September wurden bei einem auf Facebook veranstalteten Fotowettbewerb eine der heiß begehrten Strandhütten sowie vier Saisonkarten für 2011 verlost. Da das Strandbad Klagenfurt bereits über 3.100 Freunde auf Facebook hat, war die Zahl der Teilnehmer entsprechend hoch. Diese luden ihre „Strandbad-Klagenfurt-Fotos“ auf der Fanseite hoch, die „Top 25“ wurden von der Fanschar bewertet und der Einreicher des Fotos mit den meisten „Gefällt mir“-Wertungen wurde schließlich prämiert.

Strandbad-Hüttn und Partybus. Ein nicht minder erfolgreiches Spiel haben die Klagenfurter Stadtwerke bereits im Sommer auf Facebook abgewickelt: Dabei galt es, 25 Freunde zum Einsteigen in einen virtuellen Bus zu bewegen. Einer gewann dann die Fahrt zu den heißesten Party-Locations im realen Bus. Was sich daraus ableiten lässt: Marketing auf sozialen Plattformen funktioniert durch Dialog auf Augenhöhe und aufgrund von Empfehlungen – und damit doch ganz anders als in anderen Medien. Wer das beherzigt, wird mit Marketing auf Facebook & Co. durchaus seine Freude haben – frag nach bei den Klagenfurter Stadtwerken



Damit sind die Stadtwerke auf Facebook: mit der Strandbad-Klagenfurt-Seite und dem Gewinnspiel „Strandbad-Hüttn Fotowettbewerb“ (oben und unten) und mit der Bus-Seite (Mitte).

© FOCUS/GETTY IMAGES/PIPHOTOSHAR/LETS CHOOSE/CONIN/ANDRISON/KLEISS/PARTIER/TAN/VER