

MARKETING

10. MÄRZ 2011

Facebook Places ist da – und was jetzt?

Werbeplanung.at fragte bei vier Digital-Marketern nach, was sie sich von Facebook Places als Marketingtool erwarten und erhoffen.



Susanne Liechtenecker, Florian Matthies, Sabine Hoffmann und Gerald Bäck machen sich Gedanken über das Potenzial des nun auch in Österreich angebotenen Services Facebook Places.

Der dieser Tage auch in Österreich gelaunchte Ortungsdienst **Facebook Places** (oder auch Facebook Orte) ermöglicht es dem User, seinen Freunden mittels Check-In mitzuteilen, wo man sich gerade befindet. Für Marketing und Werbung ergeben sich dadurch neue Möglichkeiten der ortsbasierten Ansprache. „Diese Möglichkeiten gibts doch auch bei Foursquare“, werden Sie sich jetzt vielleicht denken. Stimmt, aber Facebook hat einfach viel mehr Teilnehmer. Werbeplanung.at hörte sich bei vier Digital-Marketern und wollte von ihnen wissen, was sie sich von Facebook Places als Marketingtool erwarten.

Kritische Masse erreicht

Sabine Hoffmann, Gründerin und Geschäftsführerin der auf Buzzmarketing spezialisierten Agentur ambuzzador ist der Überzeugung, dass „geobasierte Services dank Facebook Places ihren Siegeszug starten werden – dank der kritischen Masse an Usern in Facebook im Gegensatz zu Foursquare“. Der Reiz für das Marketing liege – so Hoffmann – „in der contextbezogenen Ansprache, mit Tipps und auch konkreten Angeboten/Deals“. Hoffmanns Fazit: „Medienadäquat eingesetzt, steigt die Relevanz der Werbebotschaft, weil sie einen konkreten Nutzen in der konkreten Situation bietet – Win Win für Konsumenten und

UPDATE ERSCHEINT AM 4. APRIL



TAG CLOUD

123people AdLINK Media adworx
 Cannes Cannes Lions
 Dachangebote dmexco e-dialog
 Einzelangebote Facebook Google
 IAB iPhone kurier.at Marrix Mediazone
 MobileMonday oe24.at ÖWA Twitter
 twyn group SEM sms.at Social Media
 Summit 10
 Vermarktungsgemeinschaften
 Werbeausgaben



AKTUELLE JOBS

Marken.“

Location Based Services im großen Stil

„Facebook Places kann in Österreich theoretisch von rund 2,4 Millionen Usern genutzt werden, und damit ist Facebook Places mit einem Schlag das größte Location-Based-Service im Land“, meint auch Florian Matthies, Geschäftsführer der Digital-Marketing-Agentur [HOME Digital](#) . „Erst jetzt zahlt es sich hierzulande also aus, Marketingaktionen mit Location Based Services im großen Stil zu lancieren“, meint Matthies, der für den Navigationsgerätehersteller Garmin im Herbst 2010 eine der ersten Foursquare-Kampagnen in Österreich launchte. Für Unternehmen – so Matthies – tun sich mit Facebook Places jedenfalls „viele kreative Möglichkeiten auf“ und die gelte es zu nutzen.

In erster Linie ein Spiel

[Digital Affairs](#) -Geschäftsführer Gerald Bäck betrachtet Facebook Orte etwas skeptisch. „Location Based Services wie Foursquare sind letztlich ein Geo-Spiel, und Facebook fehlt dieses Spielerische.“ Für den Social Media Radar, eine Analyseseite, die die Agentur betreibt, wird Bäck künftig die Orte und ihre Anzahl der Check-Ins messen. Dann werde man auch sehen, wie sich Facebook Places in Österreich entwickelt. Wie das Service als Marketinginstrument genutzt wird, will Bäck noch abwarten: „Es muss ja auch erst Facebook Deals in Österreich gelauncht werden.“

Eine Menge Potenzial

„Gemessen an der Userzahl des Social Networks gibt es hier viel Potenzial“, meint hingegen Susanne Liechtenecker, Geschäftsführerin der Webagentur [Liechtenecker](#) . „Gleichzeitig gibt es aber auch schon Player am Markt der Location-based Services, die sich ständig weiterentwickeln - so wie Foursquare, die gerade eben erst die neueste Version gelauncht haben.“ Den Unterschied zwischen Facebook Orte und Foursquare sieht Liechtenecker in der Positionierung: „Man wird erst abwarten müssen, wie User die neue Funktion annehmen.“ Für Unternehmen – so Liechtenecker – werde Facebook Orte erst dann interessant, wenn Facebook Deals verfügbar sind und Check-Ins der User mit speziellen Angeboten incentiviert werden können. Für ihre Kunden plant Liechtenecker, „auf jeden Fall die beiden Services einzusetzen.“

Veröffentlicht von [Elisabeth Oberndorfer](#) und [Maximilian Mondel](#)

Tags:

[Facebook](#), [Facebook Places](#), [Susanne Liechtenecker](#), [Florian Matthies](#), [Sabine Hoffmann](#), [Gerald Bäck](#)


SHARE  



KOMMENTARE

 Gefällt mir  Registrieren, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.



 Melde dich bei Facebook an, um deinen Kommentar zu hinterlassen

 Soziales Plug-in von Facebook

← vorheriger Artikel

nächster Artikel →

präsentiert von:
monster

FAN-ABO NEWSLETTER ABO MEDIADATEN ePAPER



Über uns Sitemap Impressum AGB Print AGB Online

designed by Netural Communication GmbH

Geliefert zum eigenen Gebrauch gemäß §42 UrhG. Anfragen zum Inhalt und zu den Nutzungsrechten an den Verlag.