

Social Media – vom Hype zum Must-have

120 Kommunikationsexperten beim InnovationsForum 10

(ddp direct) Stuttgart – Social Media ist auf dem Weg, sich zu professionalisieren und in der Unternehmenskommunikation zu etablieren. „Content is king“: Entscheidend für den Kommunikationserfolg sind vor allem die Inhalte, der Beziehungsaufbau und die Vertrauensbildung. Darin waren sich alle Redner beim InnovationsForum 10 (www.innovationsforum10.de) im Theaterhaus Stuttgart einig.

Klaus Haasis, Geschäftsführer der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH, betonte, dass es in der Offenheit von Social Media besonders auf das Vertrauen zwischen den Kommunikationsteilnehmern ankomme. In vielen Unternehmen fehlen jedoch noch klare Strukturen und Verantwortlichkeiten, wie Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig, anmerkte. „Auf der Handlungsebene wird viel gemacht, was fehlt, ist der Ordnungsrahmen der Unternehmensführung“.

Prof. Dr. Zerfaß präsentierte bei der Veranstaltung erstmals in Deutschland die Ergebnisse des European Communication Monitor 2010. Für die weltweit umfassendste Analyse des Kommunikationsmanagements wurden 1.955 PR-Experten aus 46 Ländern befragt. 53 Prozent sehen die größte Herausforderung der nächsten drei Jahre in der Bewältigung der digitalen Evolution und der Anforderungen von Social Media.

Häufig mangelt es an der professionellen Führung. So verfügen nach den Ergebnissen des Monitors nur 29,3 Prozent der Befragten über Social-Media-Richtlinien, nur 27,9 Prozent nutzen Monitoring-Tools. Dies bestätigte auch die Umfrage beim InnovationsForum 10. Zwar nutzen 42 Prozent der Teilnehmer Social Media, allerdings verfügen 62 Prozent im Unternehmen über keine Strategie.

Wie eine Strategie die Social-Media-Kommunikation zum Erfolg führt, verdeutlichte Volker Simon, Geschäftsführer der LässigMüller Public Relations GmbH. Die Agentur hatte für den Spielwarenhersteller fischertechnik GmbH zur Spielwarenmesse 2010 einen Twitter-Account konzipiert, aufgebaut und damit erfolgreich Verbraucher und Fans erreicht. Simon erläuterte, dass die Strategiebildung den gleichen Regeln folge wie bei Printmedien. Es gilt zu klären, wer erreicht werden soll, wo die Zielgruppen erreicht werden, was interessiert und wie die Inhalte aufbereitet werden müssen. Vor allem kommt es auf die Inhalte an. „Die Follower erwarten einen Mehrwert“, betonte Simon.

Die Relevanz des Monitorings für die Strategieentwicklung unterstrich Claudia Brösamle, Leiterin Marketing und Corporate Communication der Infopaq Deutschland GmbH. Das Monitoring zeigt, wo und wie über ein Unternehmen kommuniziert wird. Thematische Trends kündigen sich im Social Media an und können besetzt werden, bevor sie die Massenmedien erreichen. Durch das Zuhören und Beteiligen lasse sich die Kontrolle zurückgewinnen, bestätigte Prof. Dr. Zerfaß. Das erfordere ein Umdenken der Kommunikationsverantwortlichen. Sie müssten sich zu „Managern von Dialogen“ entwickeln.

Dabei bedeute die Social-Media-Kommunikation nicht das Ende der klassischen Pressemitteilung, wie Sabine Witt, Leiterin Workshops und Seminare ddp direct GmbH, erläuterte. Die Pressemitteilung wird für Printmedien ihre Bedeutung behalten. Um auch in Zukunft alle Zielgruppen zu erreichen, ist es jedoch nötig, die Pressemeldung zusätzlich an die Anforderungen der Online- und Social-Media-Kommunikation anzupassen. So wird es immer wichtiger, über den Social-Media-Release eine weboptimierte Meldung mit Verlinkungen, Bild-, Audio- und Videodateien an Social-Media-Portale zu versenden.

Welche Breitenwirkung über Social-Media-Portale erreicht wird, präsentierte Martin Zentner. Er ist der Schöpfer der virtuellen Figur Dora Asemwald. Durch Verknüpfung von eigener Website, Blog, Facebook- und Twitter-Account sowie Guerilla-Marketing-Aktionen hat die Figur die Social-Media-Welt erobert.

www.communicationmonitor.eu
www.ddpdirect.de
www.dora-asewald.de
www.infopaq.de
www.innovationsforum10.de

Pressekontakt

Herr Volker Simon

LässigMüller Public Relations GmbH
Gerokstraße 6
70188 Stuttgart

Email: [Kontakt aufnehmen](#)
Website: www.lmpr.de
Telefon: 0711/248922-169
Fax: 0711/248922-24

Schlagworte

Social Media Online-Kommunikation
InnovationsForum 10
European Communication Monitor 2010
LässigMüller

Permanenter Link

<http://www.themenportal.de/medien/social-media-vom-hype-zum-must-have-38748>

www.lmpr.de
www.mfg.de
[www.twitter.com/fischertechnik](https://twitter.com/fischertechnik)

InnovationsForum 10

Das InnovationsForum 10 ist eine Veranstaltung von LässigMüller Kommunikation mit Unterstützung von Infopaq Deutschland GmbH, ddp direct GmbH und der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg. Der von den Agenturgründern Volker Lässig und Erik Müller geführte Verbund LässigMüller Kommunikation versteht sich als Anbieter integrierter Kommunikationskonzepte und umfasst die rechtlich eigenständigen Unternehmen Werbeagentur, Netzgiganten (E-Business- und IT-Lösungen), Public Relations sowie Octopus (Event- und PoS-Dienstleistungen).