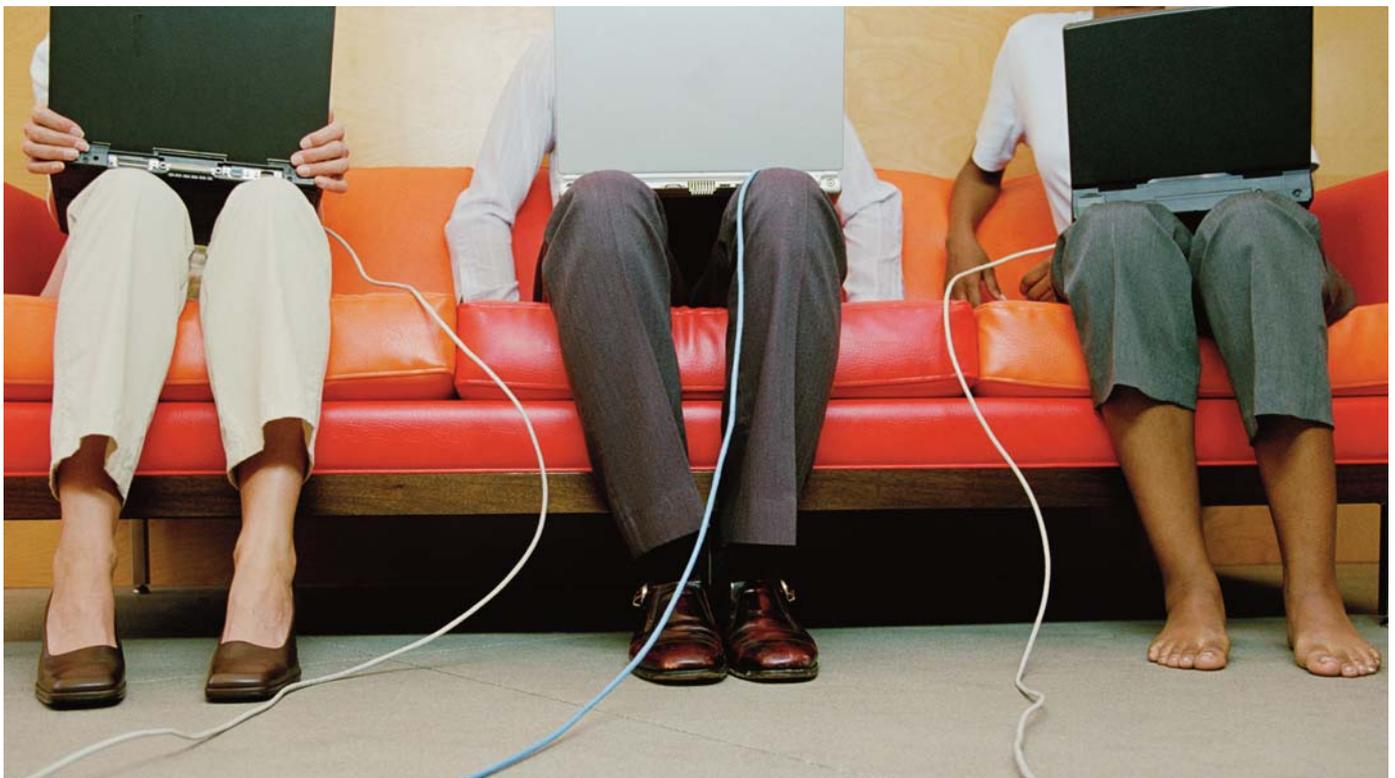


# Social Media – Fluch oder Segen?

**Social Media** ist längst nicht mehr aus der modernen Kommunikation wegzudenken. Trotz kritischer Stimmen sind Facebook, Twitter & Co. mittlerweile fester Bestandteil des sozialen Miteinanders.



Auch immer mehr Unternehmen nutzen die neuen Möglichkeiten von Social Media. Einer Befragung durch den Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM, 2012) zufolge sind mittlerweile 47 Prozent aller deutschen Unternehmen aktiv in Social Media-Netzwerken vertreten. Ein Ende dieser Entwicklung ist nach Angaben der meisten Unternehmen nicht abzusehen.<sup>1</sup>

## Social Media im Unternehmen nutzen

Social Media kann zur Realisierung verschiedenster Unternehmensziele genutzt werden. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind dabei die häufigsten Einsatzgebiete. Doch auch weitere Nutzungsfelder etablieren sich – so z. B. die Gewinnung neuer Mitarbeiter im HR-Bereich. Darüber hinaus werden mithilfe von Open Innovation, Crowd Sourcing oder Bewertungsplattformen bestehende Communities und Feedbacksysteme genutzt, um Produkte und Dienstleistungen weiterzuentwickeln.<sup>2</sup>

Alles in allem zeigt sich, wie vielfältig die Möglichkeiten zur Nutzung von Social Media sind. Neben den bekanntesten Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing und Youtube spielen auch interne Social Media-Plattformen, Blogs und Wissensmanagementtools eine Rolle. Solche Instrumente fördern und erleichtern den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern. Sind die Social Media-Aktivitäten in einem Unternehmen erst einmal etabliert, ist dies ein Zugewinn für Arbeit und Außenwirkung im Unternehmen.

## Doch längst nicht alle Unternehmen nutzen diese vielfältigen Möglichkeiten – denn Hürden gibt es viele:

- Wo genau bewegt sich die relevante Zielgruppe und kann ich diese überhaupt erreichen?
- Und wie setze ich ein solches Projekt auf?
- Welche rechtlichen Aspekte, insbesondere hinsichtlich Datenschutz, Urheber- und Arbeitsrecht müssen beachtet werden?

Das größte Hindernis stellt oft der unsichere Einstieg, die Rechtfertigung der Investition oder die Kontrolle der Interaktion mit Kunden und Interessenten dar.<sup>2</sup>

In dieser doch sehr jungen Disziplin existieren bislang wenige „Handbücher“ oder klare Leitfäden für den Weg durch den Social Media-Dschungel. Darum muss jedes Unternehmen seinen eigenen Weg finden. Neue Medien sind in ihrer Nutzung zum Teil ungewohnt und für einige Unternehmen steht zur Diskussion, ob Social Media überhaupt zur eigenen Unternehmenskultur passt.

Darüber hinaus befürchten viele Unternehmen einen hohen finanziellen und personellen Aufwand, dessen Erfolg oder Misserfolg schwer abschätzbar ist.<sup>2</sup>

### Im Dialog mit dem Kunden

Diese Veränderung der Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden sowie zwischen Unternehmen und Mitarbeitern stellt viele Unternehmen vor die große Herausforderung, den Wechsel von der Einwegkommunikation hin zum Dialog auf Augenhöhe zu bewältigen. Kunden haben nun die Möglichkeit, auf Inhalte der Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen zu reagieren und ihre Meinungen zu äußern.

Einzelne Kommentare – ob positiv oder negativ – erreichen in kürzester Zeit eine große Anzahl weiterer Kunden. Eine professionelle Planung, Umsetzung und Kontrolle der Social Media-Aktivitäten ist daher für Unternehmen unerlässlich. Sicherlich werden Unternehmen durch Social Media transparenter, denn der Hochglanz der Werbung weicht einer ehrlichen Kommunikation. Und im Idealfall fühlen sich Kunden noch stärker mit dem Unternehmen verbunden.

#### Quellen:

<sup>1</sup> [www.socialmediastatistik.de](http://www.socialmediastatistik.de)

<sup>2</sup> Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. [BITKOM] (2012).



#### Autorin:

#### Corina Hausdorf

Diplom-Psychologin. Selbstständige Wirtschaftspsychologin. Schwerpunkte: berufliche Eignungsdiagnostik, Strategieentwicklung für die Personal- und Führungskräfteförderung nebst deren Umsetzung. Trainerin der Haufe Akademie.

## Unsere Seminarempfehlung:

58.61 ▶

### Social Media für die Assistenz – Der richtige Einsatz von Facebook, Xing, Twitter & Co.

In diesem Seminar zeigen wir Ihnen, wie Sie ein Social Media-Konzept für Ihr Unternehmen aufbauen können und erarbeiten mit Ihnen erste Schritte zur Einführung und Umsetzung von Social Media-Aktivitäten für Ihr Unternehmen.

[www.haufe-akademie.de/58.61](http://www.haufe-akademie.de/58.61)

### Dieser Beitrag hat Ihnen gefallen?

Unsere kostenlosen Newsletter halten Sie rund um betriebliche Themen auf dem Laufenden. Einfach anmelden unter:

[www.haufe.de/akademie/newsletter](http://www.haufe.de/akademie/newsletter)

Wir freuen uns über Feedback und Anregungen unter [service@haufe-akademie.de](mailto:service@haufe-akademie.de)

Diesen Fachbeitrag finden Sie auch unter:

