

31.03.2014

## MIT KV Braunschweig - Social Media thematisiert

Mittelständler und Repräsentanten aus der Wirtschaft waren am 27. März zu Gast in den Räumen der IHK in Braunschweig. Als Referent wurde Karl-Heinz Limpert, PR-Berater und Geschäftsführer der Agentur pr nord. neue kommunikation GmbH und Gründer des Social Media Clubs Braunschweig-Wolfsburg begrüßt.



Limpert nahm die Gäste mit auf eine Reise durch die virtuelle Welt der sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, XING & Co. Social Media – auch soziale Medien genannt - umfasst alle Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Erfahrungen und Eindrücken.

So dient Twitter als News-Ticker dazu, Informationen im B-2-B und B-2-C breit zu streuen, Facebook als Magazin redaktionelle Inhalte mit Texten, Bildern und Filmen zu verbreiten, die sich auch mit anderen Communities verknüpfen lassen. XING ist mit seinen 2,4 Mio. Nutzern – hauptsächlich in Deutschland - eine Plattform, die in erster Linie darauf abzielt, Geschäftskontakte herzustellen, zu pflegen und Marktplatz für Stellenangebote zu sein.

Entscheidend sei aber, so Limpert, zu verstehen, dass für alle Akteure Social Media reales Handeln ist. Konferenzen und Messen im realen Leben finden in der virtuellen Welt in Blogs statt, der Dialog im direkten Kontakt mit dem Kunden

findet der User auf diversen Fanseiten. So findet sich nahezu für jedes reale Handeln im Privaten oder in der Geschäftswelt ein Pendant im virtuellen Netz.

Für Unternehmen ist Social Media ein weiteres Element im Marketing neben Werbung, PR, Verkaufsförderung oder Direktverkauf. Die Relevanz steigt – immerhin sind 38 Mio. Deutsche im Social Web aktiv. Sie vernetzen sich, kommunizieren mit Freunden und teilen Erfahrungen auch über Unternehmen (mit). Damit stellen sie einen aktiven Part im Marketing für Unternehmen dar – positiv wie negativ.

Unternehmen bietet das Social Web eine Chance, mit Kunden zu kommunizieren und über Multiplikatoren ihre „Werbepbotschaften“ zu versenden.

Menschen suchen immer nach News – so Limpert, sie erhalten sie über ihre Netzwerke. Genau darin besteht die Chance, Konsumentenaussagen über Unternehmen zu generieren und Vertrauen u schaffen – denn 78% der User trauen den Aussagen ihrer Netzwerkpartner, 14% jedoch nur den Aussagen der Werbung.

Beim anschließenden –ganz realen - Imbiss wurde noch ausgiebig diskutiert und „gefachsimpelt“.

Christel Böwer (Vorstand der MIT Braunschweig) bedankte sich bei dem Referenten mit einem Gastgeschenk – der MIT-Wurst für diesen eindrucksvollen Vortrag!

v.i.s.d.P.

Christel Böwer

(Pressesprecherin)