

# Mehr als nur eine Verlockung

Kolumne \_ Florian Schneider

Social Media ist in aller Munde, Social Networks werden immer beliebter, und für viele von uns ist es normal, sich am Social Web zu beteiligen. Gleichzeitig ist immer wieder von einer gewissen Marketingmüdigkeit der User die Rede. Lässt sich daraus schließen, dass dem Social-Media-Marketing die Zukunft in der Online-Marketingwelt gehört? Meine Antwort: Ja – auch!

Social-Media-Marketing ist ein weiterer Kanal innerhalb des Online-Marketing, dessen Bedeutung stetig wächst – aber verdrängen kann dieser Kanal die anderen nicht. Das liegt hauptsächlich daran, dass beim Social-Media-Marketing komplett eigene Regeln gelten: Statt die Platzierung und Verbreitung einer Maßnahme einzukaufen, geht es im Social Web darum, Inhalte bereitzustellen, Plattformen zu bieten und Anstöße zu geben. Die Verbreitung erfolgt in der Regel durch die Nutzer selbst – basierend auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Ein Nutzer teilt nur Inhalte, die er spannend findet, oder bewertet Produkte, bei denen er seine Erfahrungen mit anderen teilen möchte. Aber gerade darin liegt der besondere Wert von Social-Media-Marketing. Es entsteht ein alternativer, immer beliebter Weg zu Produkten und Inhalten, der weitestgehend frei von Marketingversprechen ist.

Das Verlockende an so mancher Social-Media-Marketingmaßnahme ist, dass sie im Gegensatz zu den meisten klassischen Online-Marketingmaßnahmen in der initialen Erstellung kaum mit Aufwand und Kosten verbunden ist. Dabei wird oft vergessen, dass eine Maßnahme im Betrieb sehr aufwendig, teuer oder gar zum Imagerisiko werden kann. So sind Facebook-Seiten zwar innerhalb weniger Minuten ohne großes Expertenwissen erstellt, aber um eine Seite erfolgreich zu betreiben, bedarf es

auch einer Strategie, einer Redaktion und eines guten Community-Managements. Vernachlässigt man einen dieser Punkte, kann es zum Beispiel zu einer »feindlichen Übernahme« durch die Nutzer kommen: Die Seite wird zur Beschwerde-Plattform umfunktioniert, oder die eigenen »Fans« werden plötzlich zu den größten Kritikern.

Zu bedenken ist auch, dass Erfolg mit Social-Media-Marketing nicht unbegrenzt und leider nur ohne Garantie möglich ist. So wird es etwa nicht jedem Unternehmen gelingen, einen viralen Spot ins Rennen zu schicken, der Millionen Mal verschickt und angesehen wird. Deswegen sind es oft die kleineren

**»SOCIAL-MEDIA-MARKETING IST EIN WEITERER KANAL, DESSEN BEDEUTUNG STETIG WÄCHST – ABER VERDRÄNGEN KANN DIESER KANAL DIE ANDEREN NICHT.«**

Social Media-Bausteine, die wir empfehlen. Zum Beispiel wird die Möglichkeit, einen interessanten Inhalt schnell und einfach zu posten, mit Sicherheit die eher ungeliebte Weiterempfehlen-Funktion ersetzen.

Social-Media-Marketing ist die Kunst, die menschliche Kommunikation im Netz anzustoßen und ein Stück weit zu steuern. Allerdings findet diese Kommunikation über Sie, Ihre Marke und Ihre Produkte unabhängig davon statt, ob Sie entschieden haben, den Trend Social Media mitzumachen oder nicht. Und genau darin liegt ein wichtiges Argument pro Social-Media-Marketing: Wenn ein Kunde beispielsweise etwas Negatives über Ihr Unternehmen im Netz schreibt, dann doch lieber auf Ihrem Corporate Blog. Denn da haben Sie es in der Hand, der Diskussion eine konstruktive Richtung zu verleihen und diese damit ein Stück weit zu steuern.

Da Social-Media-Marketing sehr speziell ist, nicht immer die passende Maßnahme bereithält und teilweise schwer zu steuern ist, stellt es vor allem eine starke Ergänzung zu den anderen Kanälen dar. Dann aber spielt es einen großen Vorteil aus, weil es den anderen Kanäle etwas voraus hat: Gutem Social-Media-Marketing gelingt es, den Nutzer ganz individuell mit einzubeziehen. • 1

## AUTOR

Florian Schneider

ist Creative Director und Managing-Partner bei der der Agentur Netz98 New Media GmbH in Mainz.

→ [www.netz98.de](http://www.netz98.de)



→ Wie halten Sie es mit Social-Media-Marketing? Sagen Sie uns Ihre Meinung: [kolumne@acquisa.de](mailto:kolumne@acquisa.de)

# Gemeinsam in die Zukunft



## Die Zukunft gehört dem Kundendialog!

Erfolg hat, wer mit seinen Kunden spricht. Wie das geht, lesen Sie in *acquisa*. *acquisa* integriert „direkt marketing“ und wird damit Ihre Nummer 1 für die direkte Kommunikation mit Ihren Kunden.

Revolutionieren Sie Ihre Kundenbeziehung – ab sofort mit *acquisa* inklusive direktmarketing!

**acquisa**

Der direkte Weg zum Kunden

Mehr unter [www.acquisa.de/neu](http://www.acquisa.de/neu)