

Presseclipping

Kunde: Erster Arbeitskreis für Social Media in der

B2B-Unternehmenskommunikation

Publikation: LEAD digital

Ausgabe: 17. Oktober 2012

Seite: 10

Titel: "Wer hat Angst vor Social Media?"

Auflage / Page Impressions pro Monat: 6.400



connect

FACEBOOK-EINWOHNER

Eine Milliarde Menschen leben nun in Facebook-Land. Damit könnte das soziale Netzwerk endgültig hinter China und Indien zum bevölkerungsreichsten

Teil der Erde werden. Dass die Zahl noch erreicht werden würde, stand kaum infrage. Erstaunlicher war schon, dass es nun so schnell geschah,

nachdem zuletzt viel von einer gewissen Stagnation und Müdigkeit bei Facebook gewispert wurde. Und nachdem das Netzwerk kurz zuvor erst eine ganze Reihe von sogenannten Fake-Accounts aus dem Bestand gelöscht hatte. Der gewaltige Nutzerbestand ändert allerdings nichts daran, dass Facebook quasi im Wochentakt neue Ideen ausprobiert, um nachhaltig Werbeeinnahmen in wachsendem Umfang generieren zu können. Zuletzt fielen zwei Tests in diese Kategorie: erst mit den "Promoted Posts" eine Option für bezahlte Einblendungen in der Timeline und dann ein "Want"-Button. Den sollen zunächst alle US-Nutzer sehen und klicken können. Dahinter steht das Feature "Collections", was mit der Wunschliste gut zusammengezogen werden kann: Kooperationspartner lassen ihre Produkte klicken, die dann in der Wunschliste landen. Facebook-Freunde sollen sie so schenken.

ZYNGA: AUSGESPIELT?

Rote Zahlen musste kürzlich erneut der Social-Gaming-Anbieter Zynga seinen Anlegern eingestehen: Die Umsätze auf breiter Front im Rückwärtsgang (von 321 Millionen US-Dollar auf nun 300 Millionen), der Kurs der Aktie fällt weiter – nur die Verluste wachsen. Keine gute Zeit für den Erfinder von FarmVille, dem Spiel, das auf Facebook Millionen Fans in seinen Bann zog. Trotz oder wegen X-Ablegern des Ville-Spieleprinzips sinken die



Nutzerzahlen. Prognosen für das Geschäftsmodell mit virtuellen Gütern musste das Unternehmen deutlich nach unten korrigieren. Pokern als Online-Spiel war als Idee nicht ganz neu. Die Übernahme des Entwicklerstudios von Draw Something musste Zynga nun komplett als Verlust abschreiben (rund 90 bis 105 Millionen Dollar). Damit nicht genug, hatte der Gamepublisher weitere Rückschläge hinzunehmen: Etliche leitende Mitarbeiter auf Führungsebene traten die Flucht aus dem Unternehmen an, zuletzt mit Laurence "Lo" Toney der Veranwortliche für das Online-Poker-Spiel. Und mit Electronic Arts wurde Zynga zuletzt vom Schwergewicht der Branche verklagt. Grund: Plagiat der Klassiker-Version The Sims Social durch eine Ville-Version von Zynga. Die Chefin des entsprechenden Entwicklerstudios schrieb im Firmenblog, dass Zynga ja nicht zum ersten Mal in dieser Richtung aufgefallen sei. Electronic Arts habe dagegen die Kapazitäten, Klagen wegen Urheberrechtsverletzungen "durchzuziehen". "Dabei geht es ums Prinzip." Der Wert des Zynga-Papiers hat seit dem Börsengang im Dezember 2011 von einst zehn Dollar rund 75 Prozent verloren.

WER HAT ANGST VOR SOCIAL MEDIA?

Studie Ja, Social Media ist in den Unternehmen angekommen. Aber nicht überall. Knapp 20 Prozent der Firmen hierzulande sind noch nicht bereit für das Bespielen sozialer Netzwerke. Der Erfolg sei nicht messbar, der Zeitaufwand zu hoch, ganz zu schweigen von der Furcht vor negativen Postings. Ehrliche Aussagen, die der seit 2010 bestehende "Erste Arbeitskreis für Social Media in der B2B-Unternehmenskommunikation" im Rahmen seines zum zweiten Mal erhobenen "Management Summarys" erhalten hat. Was den Einsatz von Social Media angeht, haben sich Facebook & Co. – wenig überraschend – laut Studie in IT-, Medien-, Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen längst etabliert, während sich eher traditionelle Unternehmen etwa aus der Automobilbranche oder der Bauwirtschaft noch schwertun. Hauptunterschied seien die oftmals fehlenden organisatorischen Rahmenbedingungen. Stellt etwa in der IT-Branche fast jedes zweite Unternehmen auch einen Social-Media-Verantwortlichen ab, halten das in der Baubranche nur 25 Prozent für wichtig. Wichtigste Kriterien pro Social Media sind Imagesteigerung (84 Prozent), Kundenbindung (64) und -gewinnung (60). Dafür vertrauen die befragten Unternehmen zu 80 Prozent Facebook. Doch Xing folgt erstaunlich dicht mit 78 Prozent. Rund jede zweite Firma ist auf Videoplattformen wie Youtube präsent, 41 Prozent bei Linkedin, während Google+ mit 35 Prozent das Schlusslicht ist. An die 40 Prozent unterhalten einen eigenen Blog. Beim Geld hört der Spaß spätestens auf: Nur 20 Prozent haben ein Budget für Social Media festgelegt.

LEAD digital ■ 21_2012