

Gildenhaus-Gespräch am 23. März in Bielefeld

## @sachark und @VerenaDE im Gespräch über ... Social Media

Beim Gildenhaus-Gespräch zum Thema Social Media trafen sich am Dienstag Verena Delius und Sachar Kriwoj - als @VerenaDE und @sachark auf Twitter unterwegs - in der Bielefelder Hechelei. 140 Gäste nahmen die Einladung des Gildenhaus e.V. an und veranlassten den Veranstalter das Gespräch ob der großen Nachfrage von der Handwerkskammer in die Hechelei im Ravensberger Park zu verlegen.

### Social Media ist bei den Unternehmern angekommen



Gekommen waren Unternehmer aus Bielefeld und Umgebung - im Schnitt deutlich jenseits der 40, aber gut gemischt - Social Media scheint in Unternehmen durchaus ein Mehrgenerationen-Thema zu sein. Da werden Erinnerungen wach an die Anfänge des Internet vor fast 20 Jahren ...

Rudolf Delius begrüßte die beiden Gesprächspartner noch als „virtuelle Wesen“ - kurz darauf hatten sie die Zuhörer ganz direkt und höchst real in ihren Bann gezogen. Mit einer schnellen Bestandsaufnahme hatte Sachar Kriwoj klar, wer die Zuhörer sind: Etwa 30 Prozent haben **kein** Xing-Profil, etwa 50 Prozent **kein** Facebook-Profil, nur 15 Personen sind auf Twitter vertreten - mehr als 10 Prozent der Anwesenden, da kam Lob - und nur 5 Personen bloggen - die hätte Kriwoj direkt nach Hause entlassen.

### Öffentlichkeit, Beziehungen und Engagement im Unternehmen

Im raschen Gespräch gaben die beiden Protagonisten einen ausgezeichneten Überblick über das weite Feld der Social Media in Deutschland. Dabei ließen Sie kritische Bemerkungen ebenso wenig aus wie klare Hinderungsgründe:

Social Media sind eine ausgezeichnete Chance, selbst Öffentlichkeit zu erzeugen - allerdings funktionieren sie nicht von heute auf morgen sondern erfordern gerade für Unternehmen eine passgenaue Umsetzung. Der wesentliche Nutzen - nämlich der Aufbau von Beziehungen - ist anstrengend und braucht Empathie und Engagement. Wenn das gelingt, sind die gewonnenen Beziehungen allerdings belastbar und bringen einen echten Nutzen. Beispiele der Telekom (@telekom\_hilft auf Twitter [http://twitter.com/telekom\\_hilft](http://twitter.com/telekom_hilft)) von Starbucks auf Facebook ([www.facebook.com/Starbucks](http://www.facebook.com/Starbucks)) oder Daimler (Daimler Blog unter <http://blog.daimler.de/>) machen das Thema greifbar und geben einen Eindruck, welchen Nutzen Social Media für Unternehmen haben kann.

### **Social Media - realistisch planen und professionell umsetzen**

Den Unternehmen, die auf Social Media setzen wollen, raten Delius und Kriwoj die rosarote Brille abzulegen und ihre Ziele und Möglichkeiten realistisch und kritisch zu beurteilen. Das Märchen von der kostenlosen Social Media-Nutzung wird in dem Atemzug ebenso beerdigt wie die Idee, einfach und schnell anfangen zu können.

Sachar Kriwoj empfiehlt, für Social Media einen Partner zu finden, der sich auskennt und das Unternehmen berät und unterstützt - was nicht heißt, dass Social Media von einer Agentur übernommen und dauerhaft ausgelagert werden können. Social Media sind mehr als ein Kommunikationskanal - sie müssen gelebt und im Unternehmen verankert werden; sonst funktionieren sie nicht auf Dauer oder führen zumindest nicht zum idealen Ergebnis. Für Verena Delius liegt darin eine gute Gelegenheit für ein Unternehmen, sich neu mit der Unternehmensphilosophie und den eigenen Werten auseinander zu setzen. Nur wer authentisch ist und so kommuniziert wird auch so wahrgenommen - das gilt von Angesicht zu Angesicht genauso wie im Social Web.

Bielefeld, 23.03.2011  
Stefanie Möller