

Soziale Medien: Gefahr oder Chance für Firmen?

Mittelstandstag: 350 Zuhörer sind geteilter Meinung

ASCHAFFENBURG. Ist es eine Riesenchance für Unternehmen oder eine »bunte Bonbonwelt« mit hohem Risiko? Dass soziale Medien wie Facebook, Twitter, YouTube und Co. die Meinungen spalten, haben die beiden Referenten auf dem 11. Mittelstandstag der Sparkasse Aschaffenburg-Alzenau am Mittwoch gezeigt. Die 350 Besucher im Martinushaus lauschten mit gemischten Gefühlen.

Klemens Skibicki formulierte seine Meinung provokativ: »Entweder man versteht Social Media – oder man geht unter.« Dass Menschen eine Abwehrhaltung gegen die Flut an persönlichen Informationen entwickeln, die Nutzer freiwillig und teils bis ins letzte private Detail ins Netz stellen, begründete der 40-jährige Buchautor und Professor an der Cologne Business School so: »Technologien ändern sich schnell, Menschen aber nicht.« Wie sei es denn beim ersten Auto, dem ersten Computer gewesen? »Das haben die Leute anfangs misstrauisch abgelehnt«, erinnerte Skibicki, der auch Gründer der Kölner Unternehmensberatung Brain Injection ist. Seiner Ansicht nach kann heute kein Unternehmen mehr auf die Präsenz im sozialen Internet-Netzwerk verzichten, da Menschen dem Rat ihrer Freunde eher trauten »als teurer Werbung im Fernsehen oder in den Printmedien«.

Radikale Veränderung

In den sozialen Medien machten die Menschen, was sie schon immer getan hätten: »Sie führen Gespräche.« Für die Unternehmen und ihre Werbestrategie bedeute das eine radikale Veränderung. »Klassische Werbe- und Informationskanäle muss ich bezahlen, in den sozialen Medien bekomme ich die Infos kostenlos und von Menschen, die ich kenne.« Skibicki riet den Mittelständlern: »Kämpfen Sie um den, der

über Sie und Ihr Produkt sagt: Daumen hoch, gefällt mir.« Chancen böten sich dabei für nahezu alle Branchen.

Wer herausfinden wolle, wie sein Produkt ankomme, solle zunächst wie auf einer Party einfach zuhören – und dann ins Gespräch einsteigen. Unternehmerische Präsenz in sozialen Medien aufzubauen ist laut Skibicki kein Job für den Azubi, sondern auf Geschäftsführerebene anzusiedeln: »Sie müssen das strategisch einordnen, irgendwann wird es ein völlig normales Kommunikationsmittel sein.«

»Was tun, wenn alles schief läuft?«

Einen klaren Blick auf die Realität im Netz forderte der zweite Referent, der Risiken und ungewollte Begleiterscheinungen thematisierte. »Was passiert, wenn alles schief läuft?« fragte Ernst Schulten, Betriebswirt an der Hochschule Aschaffenburg. Der 37-jährige Leiter des Qualitätsmanagements zeigte, wie schnell sich ein guter Ruf im Internet ins Gegenteil verkehren kann. Wer als Privatperson oder Unternehmen einmal einem virtuellen Sturm der Entrüstung (»Shit Storm«) ausgesetzt sei, dessen Reputation werde schwer geschädigt. Auch auf den ersten Blick harmlos scheinende Fotos könnten manipuliert oder für andere Zwecke eingesetzt werden. Als Beispiel nannte er Aufnahmen von Mitarbeitern, die Firmenausweise tragen.

»Wir brauchen einen Standard zur Hygiene im Web«, forderte Schulten, der Vorsitzender des neu gegründeten Vereins »Wake Up Internet« ist. Die gemeinnützige Initiative will Menschen dabei helfen, ihre digitale Identität zu schützen und ihnen eine Chance geben, bereits eingestellte Informationen zu überwachen. *comü*



Informationen im Netz: www.skibicki.info,
www.wakeupinternet.com



Ausgezeichnet: Beim Mitglied Jürgen Schäfer, Fabrikanten Rudolf Jak

Kerz

Gründerpreis.

ASCHAFFENBURG. »Faktiv, vorbildlich« – denen der Aschaffener Unternehmer Rudolf Jak dankt: Für sein Engagement als Geschäftsführer der Kerz GmbH & Co. KG hat er am Mittwoch den Gründerpreis der Sparkasse Aschaffenburg erhalten. In der Kategorie »Kleinunternehmen« kam Christopher Casanova, Casino-Filmtheater, 2008 verliehene A

Dem Standort treu

Sparkassen-Vorstand Jürgen Schäfer würdigte den Standort der Bank im Markt. Der Aschaffener Unternehmer Rudolf Jak wurde 1949 als Lehrling