

# „Interaktion schafft Vertrauen beim Kunden“

Facebook, Twitter und Co. sind laut Wirtschaftsinformatiker Michael Herzog gute Plattformen für Unternehmen

Wirtschaftsinformatikprofessor Michael Herzog hat im Juni das Social Media Barcamp an der Hochschule Stendal organisiert und betreut. Zahlreiche Unternehmen aus der Altmark hatten dort die Gelegenheit, über die Nutzung Neuer Medien wie Facebook oder Youtube zu diskutieren. Christian Bark sprach für die Volksstimme mit Michael Herzog über die Einstellung der Unternehmer zu Neuen Medien.

**Volksstimme: Das Barcamp war die erste Veranstaltung dieser Art in der Altmark. In Vorträgen und Workshops haben sich Unternehmer, Medienvertreter, Studenten und Social-Media-Experten über die Vor- und Nachteile der digitalen Netzwerke ausgetauscht. Ist die Premiere aus Ihrer Sicht gelungen?**

**Michael Herzog:** Ja und nein. Wir hatten interessante Gespräche und Vorträge. Leider hat auf unsere Einladung nur ein Bruchteil der adressierten Unternehmen reagiert. Letztlich kamen nur 40 unserer 80 Teilnehmer aus dieser Zielgruppe, 600 Ansprechpartner hatten wir kontaktiert.

**Sind Unternehmer in der Altmark nicht an den Möglichkeiten digitaler sozialer Netzwerke interessiert?**

Das kann man so nicht sagen. Ich kenne einige Firmen, die regelmäßig auf Facebook, Twitter oder LinkedIn unterwegs sind. Die mangelnde Resonanz für unsere Veranstaltung ist bei dem einen oder anderen Unternehmen sicher auch auf Zeitmangel

zurückzuführen. Leider zeigen mehrere Studien, dass Sachsen-Anhalt bei der Nutzung sozialer Medien bundesweit auf dem zweitletzten Platz rangiert.



Michael Herzog

**Nun gibt es Ängste vor unkontrolliertem Datenfluss oder unerwünschten Kommentaren. Würden**

**Sie Unternehmen trotz aller Risiken dennoch raten, sich ein Profil in den sozialen Netzwerken anzulegen?**

Die Risiken sind nicht zu vernachlässigen, die Chancen aber auch nicht. Angst ist in der Hinsicht ein schlechter Begleiter. Ich rate Unternehmen, die Zeit und Kapazitäten für diese Form von Unternehmenskommunikation haben, zumindest über eine eigene Webpräsenz nachzudenken.

Auch die Interaktion mit den Kunden bei Facebook hat große Vorteile. Sie erhalten direkt Kritik oder Lob für ihr Produkt oder ihre Dienstleistung. Sie können so das Unternehmen einer potentiellen oder bestehenden Kundschaft präsentieren und zeigen, wie oder woran sie arbeiten. Das schafft Vertrauen beim Kunden und positive Wahrnehmung. „Tu Gutes und rede darüber“ war noch nie einfacher und kostengünstiger zu realisieren.

**Wie sollten Unternehmen mit negativer Kritik bei Facebook umgehen?**

Wenn möglich, sofort darauf reagieren und entweder Gegenargumente kommunizieren oder angesprochene Missstände beheben und das dann publikmachen. Unqualifizierte, beleidigende Kommentare können gelöscht werden.

**Sollte sich ein Unternehmen vor dem Gang ins Internet eine Strategie überlegen?**

Ja. Sie müssen wissen, was sie mit der Aktion bezwecken und vor allem, wen sie erreichen wollen. Sie müssen sich also einen virtuellen Ort suchen, wo sich potentielle Kunden tummeln. Das kann die Jugendliche sein, die sich in einem Salon die Haare schneiden lassen will, oder der Automobilkonzern, der Ersatzteile abnehmen soll. Da ist Facebook nicht immer die richtige Adresse. Deswegen sind viele Unternehmen zusätzlich in Branchennetzwerken unterwegs. Wer unsicher ist, sollte professionelle Agenturen damit betrauen. Auch Studenten der Hochschule Stendal können solche Aufgaben beispielsweise als Werkstudenten oder Praktikanten übernehmen.