

# Wie wahrt man das Gesicht auf Facebook und Co.?

---

von Bernhard Bauhofer

**D**as Internet hat nicht nur unser Privatleben revolutioniert, sondern auch neue Gesetzmässigkeiten im Geschäftsleben geschaffen. Wer heute eine international operierende Unternehmung starten will, braucht einen Bruchteil der Ressourcen, die vor dem Internetzeitalter dafür erforderlich waren. Für die Entstehung führender IT-Unternehmen, die heute eine Milliarden hohe Marktkapitalisierung haben, war nicht vielmehr notwendig als eine Idee, ein Laptop und eine Garage oder ein Hinterhof. Auf dem weltweiten Online Handel basieren mittlerweile Existenzen tausender Jungunternehmer in der Schweiz.

Die Chancen der kleinen Unternehmen, sich kostengünstig einen Weltmarkt zu erschliessen, waren noch nie so gut wie heute. Durch das World Wide Web haben Marketingparameter wie «Cost per Thousand» oder «Reichweite» eine komplett neue Dimension erreicht. Die heutige Situation erscheint gerade für Kleinunternehmen paradisiatisch. Während die Entwicklung einer Website zu Beginn des Internetzeitalters noch ein beträchtliches Investment war, so lässt sich heute via Facebook faktisch gratis eine Unternehmenspräsenz realisieren und innerhalb kurzer Zeit ein «Freundes»-Kreis aufbauen, der sich durch Weiterempfehlung der Freunde und gezielte Inserate weiter ausbauen lässt. Auch bei der Messbarkeit herrschen paradisiatische Zustände: Der Administrator erhält zeitgleich Statistiken über relevante Parameter wie Besucherzahl oder Click throughs.

Sind Social Media jetzt die ideale neue Welt? Nach der ersten Euphorie haben sich in den USA schon Privatpersonen wie Unternehmen von Facebook abgemeldet. Celebrities stolperten auf Twitter über ihre Unachtsamkeit. In der Schweiz lästerte eine Schülerin über den fetten Hintern ihrer Lehrerin und verlor noch vor Jobantritt ihre Lehrstelle. Die Lehre aus diesen Vorfällen: Social Media haben ihre Tücken – auch für Unternehmen. In der klassischen Kommunikation war alles noch perfekt kontrollierbar. Die Interaktivität der Social Media, deren Unkontrollierbarkeit und die Dynamik hingegen bringen nicht nur Konzerne an die Grenze, denn sie bieten zudem eine ideale Plattform für Denunzianten.

Aus diesen Gründen sollten wichtige Prinzipien in der Anwendung von Social Media befolgt werden: Halten Sie die Zahl der Administratoren begrenzt. Autorisieren Sie nur Menschen, denen Sie vertrauen und die eine Affinität zu den neuen Medien haben. Trennen Sie die Privatsphäre von Ihrem Unternehmensauftritt, schreiben Sie in einer sachlichen Sprache und vermeiden Sie einen zu persönlichen Touch. Vergessen Sie nicht: Die Facebook-Seite ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens: Kunden und andere kritische Stakeholder verfolgen Ihre Eingaben mit Argusaugen.

Akzeptieren Sie auf Facebook nur Anfragen von «Freunden», die Sie vorher überprüft haben. Vorsicht: Es könnten die Konkurrenz oder Spione dahinterstecken. Kommunizieren Sie in einer modernen, Ihrem Unternehmen aber angepassten Sprache. Um aktuell zu sein, müssen Sie Ihre Facebook-Seite laufend mit neuen Inhalten bewirtschaften. Verzichten Sie lieber auf einen Facebook-Auftritt, bevor Sie ihn zu einer Internetleiche verkommen lassen. Geben Sie Ihrem Inhalt eine Struktur, stellen Sie dessen Aktualität sicher und posten Sie Fotos und Videos. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

Lassen Sie sich von den Gefahren von Facebook und Co. nicht abschrecken, ergreifen Sie vielmehr die grossen Chancen. Social Media sind noch sehr neue Medien. Wer hier richtig agiert, kann viel erreichen.

---

## Weitere Informationen



**Bernhard Bauhofer**

ist Founder und CEO der Sparring Partners GmbH.

[www.sparringpartners.ch](http://www.sparringpartners.ch)