

**NO I AM  
NOT ON  
F\*!#ING  
FACEBOOK**

mark

# Vergesst Facebook!

## *Irrungen und Wirrungen deutscher Unternehmer*

**Autor: Dennis Schottler**

Die Inspiration zu diesem Beitrag kam vom genialen Prof. Peter Kruse<sup>1</sup>. Wenngleich ich in Bezug auf Netzwerke im Internet eine andere Meinung vertrete.

Ich bin mir sicher, wenn ich ein T-Shirt auf den Markt brächte mit dem Slogan „Ich lebe ohne Facebook!“, gäbe es eine Menge Abnehmer.

Zur Sache: Mit dem Start des Social Networks Google PLUS<sup>2</sup> wurde der Facebook-Erfinder Zuckerberg erstmalig wirklich nervös. Zu Recht! Der Suchmaschinen-Gigant Google hat ausreichend Kapital und Internetmacht, um Facebook den Schneid abzuka-

Die Option, sich von Sozialen Medien fernzuhalten, existiert für Unternehmen schon lange nicht mehr. Jedes Unternehmen stellt sich gewollt oder ungewollt den vielen Bewertungsportalen. Wenn der Unternehmer seine Firma nicht zur Bewertung online stellt, dann wird der Job von den Bewertern selbst übernommen.

Ein paar interessante Umfrageergebnisse, welche die Customer Insight Group der New York Times zusammen mit dem Marktforschungsinstitut Latitude Research erhoben hat: Es wurden 2.500 Personen befragt, die sich aktiv in Social Networks beteiligen.

### Warum teilst Du Informationen?

- 85 % teilen Informationen, weil die Reaktionen darauf ihnen dabei helfen, diese besser zu verstehen.
- 84 % teilen Informationen, weil deren Verbreitung ihnen ein wirkliches Bedürfnis ist.
- 78 % teilen Informationen, weil es ihnen dabei hilft, mit anderen Menschen in Verbindung zu treten bzw. bleiben.
- 73 % teilen Informationen, weil es ihnen dabei hilft, diese besser zu verstehen bzw. zu verarbeiten.
- 69 % teilen Informationen, weil sie dadurch das Gefühl haben, am Weltgeschehen besser teilzuhaben.
- 68 % teilen Informationen, weil sie anderen Menschen damit zeigen wollen, wer sie sind bzw. was sie mögen.
- 49 % teilen Informationen, weil sie andere Menschen dazu bringen wollen, ihre Meinung zu ändern.

Das klingt so, als wollen die Netzwerkteilnehmer Einfluss auf den Viralisierungseffekt nehmen. Aber schon das virale Marketing lehrte uns: Viralisierung funktioniert ohne Zutun des Virus.

Netzwerke hat kein Mensch im Griff! Netzwerke sind lösungsorientierte Systeme, die mit einer hohen Eigendynamik funktionieren, genau wie unsere reale Welt, die in besonderem Maße Dynamik und Komplexität vorlebt. Wer heute glaubt, man könne über das Senden von Informationen Dialoge ersetzen, der hat nicht verstanden, wie Kultur und sinnvolle Kommunikation entstehen, denn Kommunikation ist eine Art Resonanz-Spiel, aber kein reines Senden-und-Empfangen! ▶▶

■ UM ANNÄHERND AN DEN ERFOLG VON FACEBOOK HERANZUKOMMEN, MUSS GOOGLE PLUS DOPPELT SO GUT SEIN – ZUM GLÜCK IST DAS NICHT SCHWER!

fen. Allerdings hat Facebook einen entscheidenden Vorteil: Es sind schon alle dabei! Alle? Ja – alle! Sogar Unternehmen sehen sich verpflichtet, einen Facebook-Account zu pflegen. Die Grenzen zwischen Geschäftlichem und Privatem drohen zu verbleichen. Den Risiken zum Trotz werden Unternehmer von ihren Beratern gedrängt, Social-Media-aktiv zu werden. Somit wirds zum Alltag, wenn die Sekretärin eines Kunden den Geschäftsführer des Lieferanten „anstupst“<sup>3</sup>.

Um annähernd an den Erfolg von Facebook heranzukommen, muss Google PLUS doppelt so gut sein wie Facebook – zum Glück ist das nicht schwer!

1: Peter Kruse (geboren am 30. Januar 1955 in Osnabrück) ist ein deutscher Psychologe und Unternehmensberater. Kruse lehrt als Honorarprofessor für Allgemeine und Organisationspsychologie an der Universität Bremen.

2: Google PLUS ist ein Projekt von Google Inc. und baut auf dem Prinzip von Sozialen Netzwerken auf, ähnlich wie Facebook.

3: Eine Aktion auf der Website Facebook. Ein virtuelles anstupsen, welches besagt „ich denk gerade an dich“ oder „lange nicht mehr gesehen“

### Warum funktionieren offene Netzwerke besser als geschlossene Foren?

Das verhält sich ähnlich wie bei der Zusammenstellung von Teams. Wenn der Recruiter nach dem Ähnlichkeitsprinzip selektiert, dann besteht die Gefahr, dass diese Struktur der exponentiellen Verdummung zum Opfer fällt.

### Ein funktionierendes Netzwerk braucht

1. die Broker: Also nicht diejenigen, die wissen, was los ist, aber doch zumindest immer wissen, wer es weiß. Broker erzeugen Vernetzung!
2. die Kreativen, die Spinner, die immer wieder neue Ideen haben. Die, die eigentlich immer stören.
3. die Owner. Das sind die, die etwas besonders gut beherrschen.

Was ein Netzwerk nicht braucht, sind die ADS-getriebenen Langweiler, die den ganzen Tag vor dem Monitor sitzen – und Facebook hat einfach zu viele davon! Facebook gibt eben diesen eine Spielwiese, auf der sie sich wohlfühlen. Deswegen sage ich: Vergesst Facebook! Facebook ist zu einfach zu bedienen und lädt dadurch die ADS-Laberköpfe zum Mitspielen ein.

Social Media an sich ist in aller Munde, fasst schon nervig. OK, wer seine Kunden im B2C<sup>4</sup>-Segment findet und mit den Konsumenten interagieren will/muss, ist gut beraten, sich dem Trend hinzugeben.

### Aber gelten die gleichen Gesetze im B2B<sup>5</sup>?

Ich sage NEIN!

### Werden die Marketing-Budgets durch die neuen Kanäle erhöht oder verlagert?

Sie werden verlagert zu Lasten der klassischen, funktionierenden Marketing-Kanäle. Die Auswirkungen sind fatal und kosten in der Vergangenheit jede Menge Arbeitsplätze.

### Welches prominente deutsche Unternehmen hat denn schon in den letzten zwei Jahren im Bereich Social Media alles richtig gemacht?

Mir fällt keines ein! Muss sich der Unternehmer überhaupt um die Viralisierung der Informationen zu seinem Unternehmen kümmern, wenn er doch mit allen anderen Werkzeugen daran arbeiten kann, einen guten Service für ein tolles Produkt zu einem guten Preis zu bieten bzw. seine Marke geschickt auf dem Markt zu positionieren? Soll heißen: Ist Social Media nicht nur die Spitze des Eisbergs, welche über die Wasseroberfläche hinausragt, wobei die Basis unterhalb der Wasseroberfläche maßgeblich dafür ist, dass Informationen und Bewertungen zu Unternehmen und Marken online verbreitet und diskutiert werden?

4: Business-to-Consumer (abgekürzt B2C oder BtC) steht für Kommunikations- und Handelsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten)

5: Business-to-Business steht allgemein für Beziehungen zwischen Unternehmen

## NETZWERKE FUNKTIONIEREN, ABER SIE FUNKTIONIEREN VON ALLEINE.

Netzwerke funktionieren, aber sie funktionieren von alleine. Alle Maßnahmen, die Unternehmen ergreifen, um öffentliche Diskussionen in die gewünschte Richtung zu lenken, kommen dem Spamming<sup>6</sup> gleich und gehören bestraft.

Wenn Eheleute nach der Scheidung als Erstes an den zu verändernden Facebook-Status denken, ist der Gipfel der Sinnlosigkeit erreicht. Mein kleiner Bruder (22 Jahre alt), der es schafft, tagelang keine E-Mails zu lesen und auf einen Facebook-Account verzichtet, war verwundert, als er am Montag in die Uni ging und alle von der Superparty am Wochenende sprachen, von der er als Facebook-Verweigerer gar nichts wissen konnte, im Gegensatz zum Großteil seiner Kommilitonen, die ihren Account am Freitag brav gecheckt hatten. Traurig – aber wahr!

Was also im Privaten kaum mehr wegzudenken ist, soll nun in die Unternehmen schwappen?

Das Magazin „B4B Mittelstand“ berichtete in der Juni-Ausgabe 2011 in dem Artikel mit der Überschrift Riskanter Sprung in die Datenflut: „Social-Media-Plattformen wie Facebook bieten die Chance, durch Interaktion mit einigen wenigen Personen deren gesamtem Online-Bekanntkreis das Gefühl zu vermitteln, eine persönliche Anlaufstelle, einen persönlichen Draht zum Unternehmen zu haben: Es gibt einen Problemlöser, jemand, der sich kümmert. Das schafft eine Bindung, die keine andere Werbemaßnahme sonst leisten kann. Zudem können Unternehmen aktiv thematische Diskussionen anstoßen und dabei entsprechende Lösungen präsentieren.“

Da bin ich ganz anderer Meinung und zitiere gerne Prof. Peter Kruse: „Wer sich in Netzwerken versucht linear zu bewegen, vergewaltigt diese. Das wird aber nicht funktionieren!“

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Grund für den Austritt (erforderlich) | <input type="radio"/> Ich weiss nicht, wie ich Facebook verwenden kann.<br><input type="radio"/> Ich habe noch ein weiteres Facebook-Konto.<br><input type="radio"/> Mein Konto wurde geknackt.<br><input type="radio"/> Ich fühle mich bei Facebook nicht sicher.<br><input type="radio"/> Ich verbringe zu viel Zeit auf Facebook<br><input type="radio"/> Ich bekomme zu viele E-Mails, Einladungen und Anfragen von Facebook<br><input type="radio"/> Ich Sorge mich um den Schutz meiner Privatsphäre.<br><input type="radio"/> Ich finde nicht, dass Facebook nützlich ist. |
|---------------------------------------|---|

**Bestätigen**

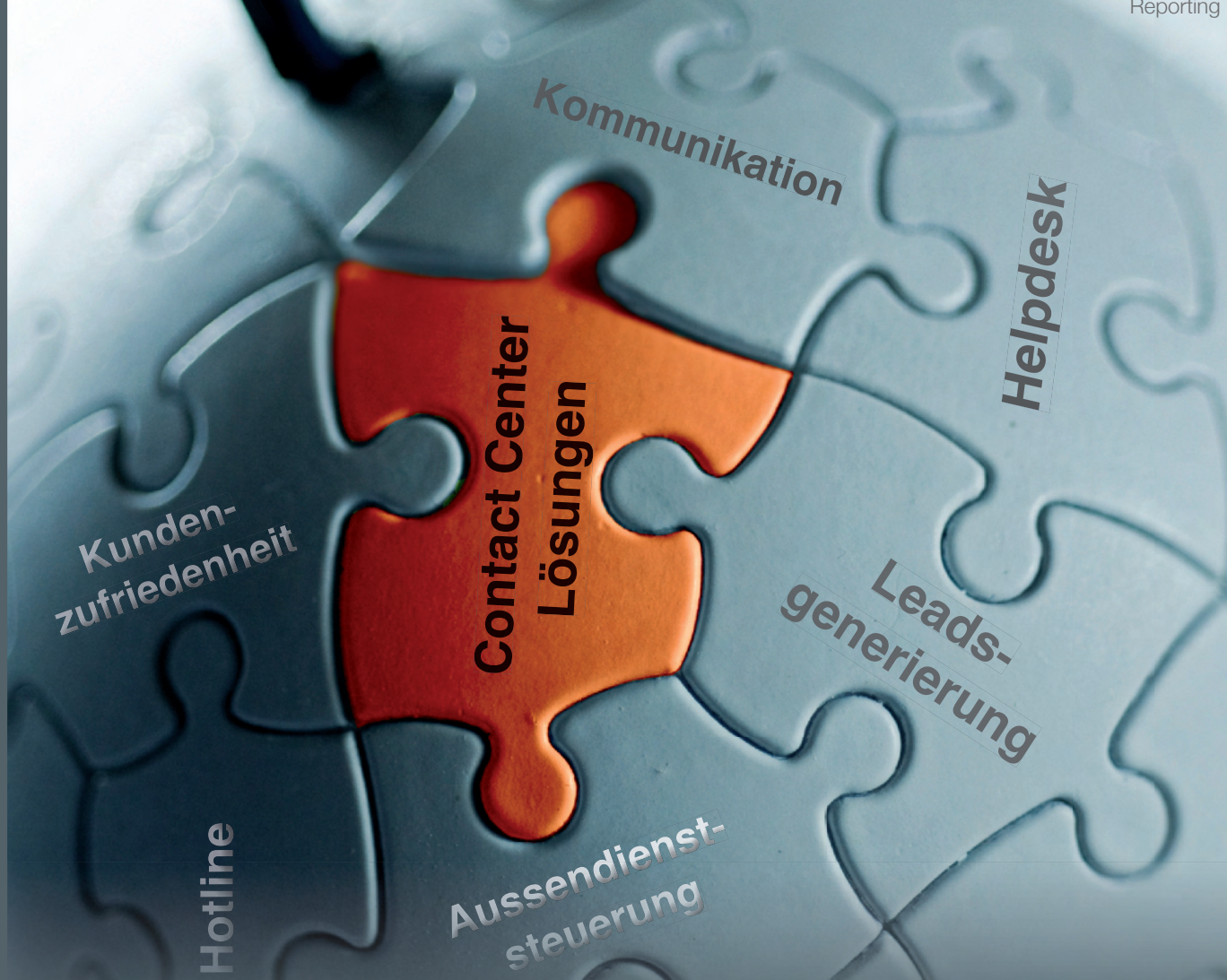
Ich habe es getan: Ihr Dennis Schottler ■

6: Als Spam oder Junk (englisch für ‚Abfall‘ oder ‚Plunder‘) werden unerwünschte, in der Regel auf elektronischem Weg übertragene Nachrichten bezeichnet, die dem Empfänger unverlangt zugestellt werden und häufig werbenden Inhalt haben. Dieser Vorgang wird Spamming oder Spammen genannt, der Verursacher Spammer.

**80%** DES DIALOGES  
BESTIMMT SICH DURCH  
DEN MENSCHEN



Multichannel Management  
Qualitätsmanagement  
(Netzbasierte) ACD  
KPI Management  
Predictive Dialing  
Reporting



Fehlt Ihnen auch ein zentraler Erfolgsfaktor?  
- sogedes bietet Ihnen maßgeschneiderte Lösungen