

ERSTE SCHRITTE IN UNBEKANNTES GEBIET – UNTERSTÜTZT VOM HIGHTECH ZENTRUM AARGAU

## WIE SICH KMU IM SOCIAL-MEDIA-DSCHUNDEL ZURECHTFINDEN



Auf [htz.ch/socialmedia](http://htz.ch/socialmedia) finden Sie hilfreiche Tipps und Anleitungen, die Sie bei Ihrem Engagement in den sozialen Netzwerken unterstützen.

**Der digitale Auftritt ist wichtiger denn je, unabhängig davon, wie gross ein Unternehmen ist. Dabei haben KMU einen wesentlichen Vorteil gegenüber Grossbetrieben: Die Kommunikation und der fachliche Austausch können auf der persönlich-direkten Ebene stattfinden. Und hier kommen Social-Media-Plattformen ins Spiel.**

Die Intensität der Digitalisierung nimmt laufend zu. Aktuell sind beispielsweise das Homeoffice und E-Learning im Fokus, auch bauen viele Unternehmen ihre IT-Infrastruktur weiter aus. Ein bewährtes Instrument des Hightech

Zentrums Aargau ist der «Quick Scan»: Mit diesem Tool lässt sich die Digitalisierungsstrategie eines Unternehmens analysieren und der brancheninterne Vergleich erlaubt wertvolle Rückschlüsse ([www.htz.ch/quickscan](http://www.htz.ch/quickscan)). Der Digitalisierungsprozess beschränkt sich jedoch nicht auf die Optimierung von Hard- und Software, sondern schliesst Unternehmensabläufe und die Kommunikation mit ein. Die webbasierten Social Media können ein vergleichsweise kostengünstiges Kommunikationsinstrument sein, beispielsweise als zusätzliches Marketingwerkzeug.

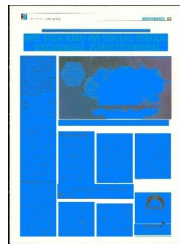
### Absolut nötig: eine Strategie

Gerade dem Umgang mit Social Media sollte eine Strategie zugrunde

liegen. Bereits mit einem einfachen Konzept können messbare Ziele erreicht werden, etwa die Steigerung der Clicks und der Besucherzahlen auf der eigenen Website. Auch lässt sich das Geschäfts- und Partnernetzwerk bei richtigem Vorgehen wirkungsvoll ausdehnen. Eine bewährte Variante zur Erstellung eines Konzepts ist die «SMART-Methode». Eine Anleitung dazu – und eine Reihe weiterer nützlicher Tipps – finden Sie ebenfalls auf der Website des Hightech Zentrums Aargau ([www.htz.ch/socialmedia](http://www.htz.ch/socialmedia)).

### Wichtig: die richtige Wahl

Gerade für ein KMU ist es empfehlenswert, die Social-Media-Plattformen gezielt auszuwählen. Zentrale Kriterien hierfür sind die Zielset-



zungen, die Branche, das Angebot und das Kundenumfeld. «Weniger ist mehr», sollte auch hier die Devise lauten. Zum Einstieg eignen sich grundsätzlich die etablierten Plattformen. Sie unterscheiden sich allerdings bezüglich ihrer Stossrichtung, das heisst «Business to Business» (B2B) oder «Business to Consumer» (B2C):

Facebook, Twitter und Instagram lassen sich nur bedingt im B2B-Bereich einsetzen, weil sie (noch) stark auf private Bereiche und Unterhaltung fokussieren. Als eigentliche Business-Plattformen wurden hingegen LinkedIn und Xing konzipiert. Das deutsche Unternehmen Xing hat seinen Schwerpunkt auf der DACH-Region.

LinkedIn gehört seit 2016 zu Microsoft und deckt mehr als 200 Länder ab. Nach der Selektion einer bestimmten Plattform gilt es die Anschlussfrage zu beantworten, welche redaktionellen Formate beziehungsweise Content-Formen ein Unternehmen einsetzen will (Bilder, Berichte, Fachartikel, Produktstories, Umfragen, Interviews, Blogbeiträge usw.).

Das Hightech Zentrum Aargau setzt vor allem auf die Plattform LinkedIn. Dieses Netzwerk umfasst neben Unternehmen auch Forschungseinrichtungen, Universitäten, Fachhochschulen sowie Organisationen und Institutionen. Zu den konkreten Aktivitäten gehören Hinweise auf Veranstaltungen und die Vorstellung von Projekten und Partnerinstitutio-

nen. Die Kanäle Twitter und Instagram nutzen wir vermehrt für die Wiedergabe von Events.

Die fünf aufgeführten Plattformen bieten Hashtags (#) und Markierungen als Werkzeuge an. Dadurch lassen sich gezielt bestimmte Branchen, Anwendungsbereiche, Technologien, Unternehmen, Partner und Referenten ansprechen und verlinken. Mit diesen Tools lässt sich die eigene Präsenz erhöhen und die Reichweite steigern. Ein wichtiges Element ist die Überprüfung der Ergebnisse. Unverzichtbar ist zudem die Sicherstellung der «Social Awareness»: Dazu zählen insbesondere die Nähe zu den anvisierten Nutzern und die eigene Ansprechbarkeit (Stichwort Ressourcen).

	LinkedIn/Xing	Facebook	Twitter	Instagram
B2B	X	(X)	(X)	(X)
B2C		X	X	X



**Nadine Zielinski**

Verantwortliche Content Management Hightech Zentrum Aargau