

Als Spurwechsler gab Scola beim letzten Online Spurwechsel-Stammtisch Ende März, eine Initiative von AndersWachsen/KulturVision, einen interessanten Impuls zu diesem Thema.

Anbei gibt Scola einen Überblick über die in Deutschland am Häufigsten genutzten Social Media Netzwerke mit ihren die Besonderheiten:



Bild von Pixelkult auf Pixabay

Ein Überblick (sortiert nach Reichweite in Mio. Nutzer)

YouTube (Reichweite in Deutschland 66 Mio. Useralter: 14-70 J. ohne starke Gewichtung)

Ist keine klassische Social-Media Plattform über die Menschen in Kommunikation und Interaktion treten, wie das bei Facebook, Instagram & Co. der Fall ist.

Hier liegt der Fokus auf dem Inhalt, den die Nutzer generieren, bearbeiten und miteinander austauschen (user-generated content) und weniger auf Kommunikation.

Interessant ist YouTube als Werbepattform aufgrund der enormen Reichweite

Facebook (Reichweite in Deutschland 29 Mio. Useralter-Schwerpunkt: 20-39 J. mit bedeutendem Anteil an Nutzern zwischen 40-70 J.)

Facebook ist die Mutter aller Sozialen Medien und ist nicht tot, wie oft behauptet!

Nutzer sozialer Netzwerke kommen aufgrund seiner Verbreitung im privaten und beruflichen Bereich nicht an Facebook vorbei.

Im beruflichen Umfeld ist es hier wichtig mit einer Businessseite sichtbar zu sein. Firmen nutzen dabei auch die große Reichweite von Facebook.

Unternehmen legen vermehrt Fokus auf Kontaktpflege/ Kommunikation mit Zielgruppen (Community Management)

Nutzer ihrerseits suchen auf Facebook nach Produkten und Services von Unternehmen.

Instagram (Reichweite in Deutschland 26 Mio. Useralter-Schwerpunkt: 18-34 J.)

Gehört seit 2012 zu Facebook.

Insta, häufig benutztes Kürzel, ist eine Plattform mit visuellem Schwerpunkt (Bilder und Videos)

Beruflich wird Instagram für neue Produkte und zur Markenbildung genutzt



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

LinkedIn (Reichweite in Deutschland 12 Mio. Useralter-Schwerpunkt: 30-50 J.)

/ Xing

Berufliche Netzwerke mit Schwerpunkt Karriere

Austausch von beruflichen Kontakten und Geschäftsinformationen

Xing, das Pendant im deutschsprachigen Raum, spielt in Statistiken kaum eine Rolle. Genutzt wird Xing als Jobvermittlungsplattform und für Jobpostings.

Nutzer von LinkedIn sind besserverdienende Arbeitnehmer und Entscheider mit höherem Bildungsniveau .

LinkedIn eignet sich für Unternehmen im B2B-Bereich (B2B: „Business-to-Business“ , drückt die Geschäftsbeziehung zwischen Unternehmen aus) für den Kontaktaufbau und das Aufzeigen von Expertise.

64% der Zugriffe über Social-Media -Plattformen auf Unternehmensseiten erfolgen über LinkedIn.

TikTok (Useralter-Schwerpunkt: 70% unter 25 J.)

Aktueller Shooting Star aus China

Das Prinzip: Videoclips aufnehmen, mit Effekten bearbeiten, ansehen!

TikTok eignet sich im kommerziellen Bereich z.B. für Mode oder für Firmen deren Zielgruppe 15-25 Jährige sind.

Herausforderungen hier sind, das die Videos originell sein müssen und die Plattform extrem schnelllebig ist.



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

Welchen Wert haben Soziale Medien im beruflichen Kontext

Aufgrund der umfangreichen Datenmengen, die die Social Media Unternehmen über uns persönlich, über unser Verhalten und über Unternehmen sammeln und analysieren ergänzt durch die große Reichweite besteht die Möglichkeit extrem zielgruppengenaue Werbemaßnahmen zu initiieren. Die Steigerung der Markenbekanntheit und Markenreputation ist über den Auftritt leicht möglich.

Firmen treten desweiteren aktiv in Kontakt und Dialog mit den Zielgruppen über sogenanntes Community Management.

Gerne werden von Firmen über die Netzwerke Produkte und Dienstleistungen präsentiert.

Professionelle Unterstützung holen

Ein Pauschalrezept für den geeigneten beruflichen Einsatz von Sozialen Netzwerken gibt es laut Scola nicht. Dazu empfiehlt er auf jeden Fall sich jemanden zur Seite zu stellen, der professionell unterstützen kann oder zumindest Ahnung vom Metier hat.

Wichtig ist eine planvolle und strukturierte Herangehensweise bei der Auswahl eines Netzwerkes und beim Auftritt dort.

Richtig genutzt sind die Plattformen wunderbare Marketingwerkzeuge. Aber ein richtiges Aufsetzen, gerade am Anfang, durch eine Agentur oder einen Freelancer empfiehlt Scola unbedingt. Später kann man dann die Social-Media Aktivitäten ggf. selber weiterführen.

Der Wert von Social Media für den privaten Bereich

Bei den Netzwerken ist das eindeutig die Kontaktpflege zu Freunden, Familie und Schulfreunden. Besonders bei Facebook werden die Plattformen auch für die Planung privater Events/ Aktivitäten eingesetzt.

Medienkompetenz für Jung und Alt ein Muss

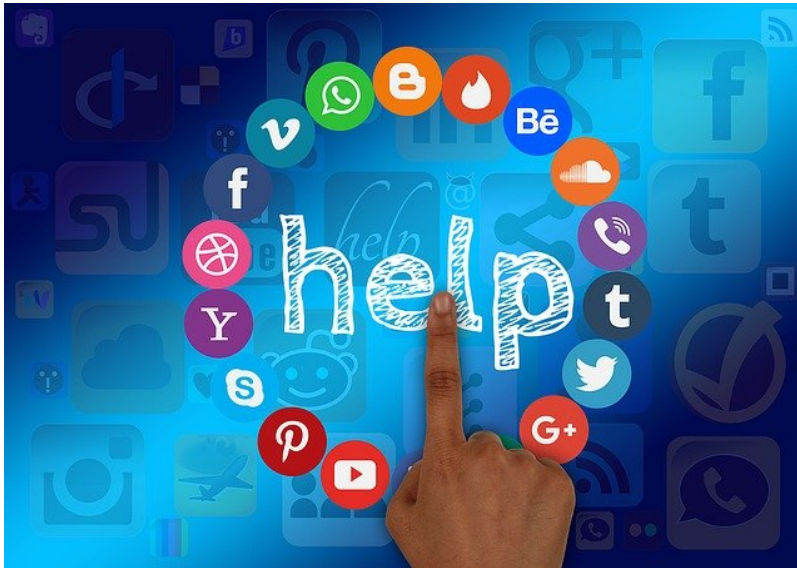


Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

Risiken der Social Media-Plattformen

Bei bewusstem Umgang sind Social Media Plattformen grundsätzlich sinnvolle Tools.

Besonders bei jungen Menschen aber auch bei Erwachsenen mit unkritischem Nutzerverhalten bergen sie jedoch auch gewisse Gefahren.

Daher sollte in jedem Alter Medienkompetenz aufgebaut und vermittelt werden, damit die Nutzer kritisch mit den Sozialen Medien umgehen lernen und Chancen und Gefahren bei der Nutzung erkennen können.

Stichworte hier sind Suchtgefahren oder der Umgang mit den eigenen Daten (vollkommen transparente Nutzer).

Die große Frage für Firmen und Einzelpersonen ist weiterhin, was passiert mit den gesammelten Daten, wer nutzt sie wofür, wie werden sie ausgewertet, was passiert mit Tools wie der Gesichtserkennung bei unseren Fotos durch KI (künstliche Intelligenz) etc.

Auch Mobbing im Internet ist ein zunehmendes Problem, gerade in den jungen Altersgruppen. International ist die Verbreitung von Fake News über die sozialen Medien ein Riesenthema. Länder, Organisationen, IT-Profis können darüber massiv Einfluß auf Staaten, Firmen und Menschen nehmen (Wahlmanipulationen etc.).

Inzwischen ist auch bekannt, dass es zu großen psychische Belastungen der Menschen (meist in Fernost) kommt, die manuell die Plattformen auf Mißbrauch, Gewalt prüfen müssen.

Die sozialen Medien sind Teil unserer Gesellschaft geworden

Die Informationsflut auf den Plattform ist gigantisch. Vor allem die nutz- sinnlose Informationsverbreitung wie Essens-, Rasenmähen-Bilder o. ä. kritisiert Scola mit dem Begriff kommunikative Inkontinenz.

Umso wichtiger ist es auch hier wieder, dass Nutzer jeden Alters Medienkompetenz entwickeln.

Umwelt und Social Media-IT

Der Umweltaspekt sollte in diesem Kontext nicht außer Acht gelassen werden. Die Social Media Plattformen, Streamingdienste (Video in HD Qualität etc.), wie YouTube und das Internet insgesamt verbrauchen Unmengen an Energie und belasten damit die Umwelt.

Statistiken, Daten u. Tipps rund um das Thema Social Media Netzwerke finden Sie über die folgenden Links?

<https://www.oberlo.com/blog/types-of-social-media>

<https://news.linkedin.com/about-us#Statistics>

<https://www.futurebiz.de/artikel/linkedin-statistiken/>

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-rankedby-number-of-users/>

<https://gs.statcounter.com/social-media-stats> <https://influencermarketinghub.com/social-media-statistics-2021/>

<https://www.oberlo.com/statistics/most-popular-social-media-platforms>

<https://wearesocial.com/digital-2020> <https://www.broadbandsearch.net/blog/social-media-facts-statistics>

<https://blog.hootsuite.com/de/social-media-statistiken-2019-in-deutschland/>