

# High Tech vs. High Touch

Gerade für Dich als Gründer oder Jungunternehmer führt kein Weg am Netzwerken vorbei. Es gilt, nicht nur neue Kontakte zu knüpfen, sondern vor allem die richtigen Kontakte zu finden und diese dann in weiterer Folge auch nutzen zu können. Aber inwieweit eignen sich Social Media Plattformen dafür? Oder ist es besser, den persönlichen Kontakt zu suchen?

Facebook, Xing, LinkedIn und Co sind soziale Onlineplattformen, die heutzutage aus der Internet- und Geschäftslandschaft nicht mehr wegzudenken sind. Und sie leben von der Interaktion der Nutzer. Das Web 2.0 heißt nicht umsonst auch „Mitmach-Web“. Es geht darum, selbst aktiv zu werden, um diese Plattformen effektiv nutzen zu können und sein privates und/oder berufliches Netzwerk zu erweitern.

Netzwerken per se ist allerdings nicht neu. Es ist keine Erfindung von Mark Zuckerberg, sondern tief in der Geschichte verwurzelt und Teil menschlichen Verhaltens. Allianzen schmieden, Informationen oder Referenzen in Tauschgeschäften einlösen, Empfehlungen aussprechen sowie Erfahrungen und Wissen (mit-)teilen sind nun wirklich keine Entdeckungen des 21. Jahrhunderts.

Dennoch bieten digitale Communities neue Möglichkeiten. Sie sind generell auf Masse und Wachstum ausgelegt. Eine Kontaktanfrage ist mit einem Mausklick gestellt, das Netzwerk scheinbar schnell aufgebaut. Du siehst auf einem Blick, wie groß Dein Netzwerk ist. Bei Xing und LinkedIn siehst Du sogar die Anzahl Deiner direkten Kontakte und die der Kontakte Deiner Kontakte. Wow – 845 Kontakte und 348.423 indirekte Kontakte. Toll! Toll? Nur dann, wenn es Kontakte sind, die Deinem

Netzwerk mehr als bloß eine Nummer bringen. Ziel ist nicht, so viele Kontakte wie möglich zu bekommen, sondern so gezielt wie möglich Kontakte zu bekommen. Und diese auch zu pflegen. Einen Kontakt zu pflegen heißt aber auch, sich einmal persönlich kennenzulernen. Eine berufliche Verbindung oder eine richtige Freundschaft benötigt Vertrauen. Und Vertrauen entsteht nicht virtuell. Punkt.

Das Treffen IRL (in real life, face to face) ist somit die logische und richtige Conclusio. Es kommt nicht von irgendwo her, dass mit der Anzahl der Plattformnutzer auch die Anzahl der realen Unternehmertreffen, Netzwerkveranstaltungen und Businesssevents wächst. Der Clou ist, on- und offline zu verknüpfen. Nicht umsonst werden diese Offline-Veranstaltungen online organisiert.

Es geht also um den „two-step approach“: Du knüpfst online einen neuen Kontakt – triff Dich mit ihm! Und vice versa. Denn eines darf man auch nicht unterschätzen: Soziale Plattformen bieten ein unglaubliches Potenzial, Deine Kontakte zu verwalten.

Richtiges, effektives Netzwerken ist harte Arbeit und verlangt auch ein gewisses zeitliches Engagement. Kontakte fliegen einem nicht zu, man muss sie sich beschaffen und auch pflegen. Und noch einmal: Ziel ist nicht, mög-

lichst viele Kontakte zu bekommen, sondern so gezielt wie möglich die richtigen Kontakte zu bekommen.

In diesem Sinne: Wenn Du denkst, dass mein Kontakt oder ein Kontakt meiner Kontakte für Dich und Dein Business relevant sind – verknüpfe Dich mit mir und schicke mir zwei bis drei Terminvorschläge:

[https://www.xing.com/profile/Marion\\_Korherr](https://www.xing.com/profile/Marion_Korherr)  
<https://www.facebook.com/marion.korherr>



**Marion Korherr** ist CEO/CMO von days or weeks – einer Onlineplattform zur Vermietung privater Ferienimmobilien in Österreich – und Inhaberin einer Werbe- und Projektagentur, The Early Birds. [www.daysorweeks.at](http://www.daysorweeks.at), [www.theearlybirds.at](http://www.theearlybirds.at) [marion.korherr@theearlybirds.at](mailto:marion.korherr@theearlybirds.at)

# Social Media

## Die 10 wichtigsten Plattformen

**1280** Mio.

**f** MONATLICH  
AKTIVE NUTZER

### Facebook

#### Beitragsformen

Fotos, Bildergalerien, Texte, Links, Videos, Angebote, Veranstaltungen, Meilensteine, Check-Ins

#### Besonderheiten

- Grösstes Social Media Netzwerk
- Viele Werbemöglichkeiten garantieren Sichtbarkeit innerhalb der Zielgruppe

Trotz fortschreitender Kommerzialisierung bleibt Facebook die Plattform mit der grössten Nutzerzahl.

**1000** Mio.

**YouTube** UNIQUE VISITORS  
PRO MONAT

### YouTube

#### Beitragsformen

Videos

#### Besonderheiten

- Zweitgrösste Suchmaschine der Welt
- Geschlechterverteilung praktisch ausgeglichen

Die tägliche Verweildauer ist mit 15 Minuten hoch. Pro Minute werden 100 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen.

**359** Mio.

**g+** MONATLICH  
AKTIVE NUTZER

### Google+

#### Beitragsformen

Fotos, Bildergalerien, Texte, Links, Videos, Hangouts, Veranstaltungen

#### Besonderheiten

- Hangouts
- Fester Bestandteil der Google-Dienste

Im Gegensatz zu den anderen Plattformen ist Google+ kein geschlossenes System, sondern ein Google-Dienst, der fest in andere Angebote (YouTube, Google-Suche etc.) eingebunden ist.

**300** Mio.

**LinkedIn** REGISTRIERTE  
NUTZER

### LinkedIn

#### Beitragsformen

Texte, denen in der Regel ein Link oder eine Datei angehängt wird.

#### Besonderheiten

- Darstellung der eigenen Arbeitserfahrung und Ausbildung
- Rekrutierungskanal für Unternehmen
- Internationaler Fokus
- Erfassen eigener Blogartikel

Professionelle Plattform, die Nutzer bei der Jobsuche und Unternehmen beim Rekrutieren neuer Mitarbeiter unterstützen kann.

Für Unternehmen bietet LinkedIn kostenlose Profile an.

**255** Mio.

**Twitter** MONATLICH  
AKTIVE NUTZER

### Twitter

#### Beitragsformen

Texte (maximal 140 Zeichen), Fotos, Videos

#### Besonderheiten

- Viele Influencer und Medienleute
- «Echtzeit»-Kanal

Unternehmen können auf Twitter, beispielsweise in Form eines Servicekanals, Fragen einfach und schnell beantworten.

**200** Mio.

**Instagram** MONATLICH  
AKTIV NUTZER

### Instagram

#### Beitragsformen

Fotos und Videos (maximal 15 Sekunden) mit Hashtags

#### Besonderheiten

- Fokussierung auf Fotos und Videos mit Hashtags
- Zahlreiche und einfache Bearbeitungsmöglichkeiten

Instagram ist visuell, bietet Nutzern eine interaktive Galerie. Die Hashtag-Suche liefert schnell und zuverlässig die gewünschten Bilder.

**108** Mio.

**t** REGISTRIERTE  
NUTZER

### Tumblr

#### Beitragsformen

Fotos, Texte, Grafiken, Videos, Audio-Dateien

#### Besonderheiten

- Blog-Netzwerk mit einfacher Verbreitung der Inhalte
- Simple Posten auf Tumblr

Auf Tumblr kann via Mail, App, Browser oder Smartphone gepostet werden. Auch die Verteilung von Tumblr-Inhalten auf anderen Plattformen geht schnell und einfach.

**70** Mio.

**p** REGISTRIERTE  
NUTZER

### Pinterest

#### Beitragsformen

Fotos, die in 5 unterschiedlichen Formaten gepostet werden können.

#### Besonderheiten

- Folgen ohne Bestätigung des Gegenübers möglich
- Beim Folgen Wahl zwischen Nutzern oder einzelnen Boards

Unternehmen können für jede Zielgruppe spezifische Boards erstellen und sie durch eine klare Bildsprache abholen.

**50** Mio.

**foursquare** REGISTRIERTE  
NUTZER

### Foursquare

#### Beitragsformen

Erstellen von Orten, Check-ins und Tipps (Fotos und Text), erstellen von Angeboten (für Unternehmen)

#### Besonderheiten

- Automatische Empfehlung interessanter Orte in der Nähe
- Nutzer wird auf Check-in Angebote hingewiesen

Unternehmen, die als Orte angelegt sind, werden Nutzern angezeigt. Mit Angeboten erhöhen z.B. Restaurants die Chance, dass der Nutzer bei ihnen eincheckt.

**14** Mio.

**XING** REGISTRIERTE  
NUTZER

### Xing

#### Beitragsformen

Texte, denen in der Regel ein Link oder eine Datei angehängt wird

#### Besonderheiten

- Darstellung der eigenen Arbeitserfahrung und Ausbildung
- Rekrutierungskanal für Unternehmen
- Fokus auf deutschsprachigen Raum
- Fachlicher Austausch in Xing-Gruppen

Professionelle Plattform, die Nutzer bei der Jobsuche und Unternehmen beim Rekrutieren neuer Mitarbeiter unterstützen kann.