



## Wie viel Social Media soll's denn sein?

### Oder kommt man auch ohne aus?

Sehr geehrte Damen und Herren,

derzeit verfügt nicht einmal jedes dritte Versorgungsunternehmen in Deutschland (22%) über eine eigenständig und intensiv gepflegte Facebook-Fansite. Andere Soziale Medien wie Twitter, Youtube, Google+, Instagram etc. erreichen sogar noch deutlich niedrigere Nutzungsraten. Die Gründe für diese Zurückhaltung sind ja auch zunächst durchaus nachvollziehbar: Da ist ein nicht zu unterschätzender Einrichtungs-, Kontroll- und Pflegeaufwand auf der einen Seite. Dem stehen zum Teil schwierig greifbare, positive Effekte auf der anderen Seite gegenüber. Und dazu kommt dann noch die Angst vor harscher und unberechtigter Kritik, der man (scheinbar) schutzlos ausgeliefert ist!



Trotzdem sagen wir: Langfristig wird kein Versorger darauf verzichten können!  
**5 gute Gründe, warum an den Sozialen Medien kein Weg vorbeiführt!**

#### 1. Sie sind sowieso schon „drin“!

Unabhängig davon, ob Sie sich dafür entscheiden, aktiv mitzumachen – andere schreiben in den Sozialen Medien sowieso über Sie. Bei stichpunktartigen Tests für einige Stadtwerke und Regionalversorger haben wir bei 3 von 4 untersuchten Versorgern Posts, Einträge oder Blogartikel gefunden! Am regelmäßigen Screening der Sozialen Medien kommt also wohl sowieso kein Versorger vorbei. Ist es da nicht besser, das Ganze gleich aktiv zu steuern?

#### 2. Andere machen vor, dass da „was geht“.

Bei unseren Recherchen zum Thema „Soziale Medien & Versorger“ haben wir zahlreiche Beispiele von Unternehmen gefunden, die deutlich machen, dass es gerade auch kleineren und mittleren Versorgern durchaus gelingen kann, in den Sozialen Medien zu „punkten“ – und sowohl nennenswerte Fan- und/oder Followerzahlen als auch überdurchschnittliche Interaktionswerte (Gradmesser für die „Mitmachbereitschaft“) zu generieren.

#### 3. Mittelfristig wird es einfach erwartet.

Immer mehr (und vor allem auch immer mehr ältere) Verbraucher erwarten von Unternehmen, dass diese Soziale-Medien-Kanäle unterhalten, weil sie es mittlerweile gewohnt sind, darüber zu kommunizieren und zu interagieren. Als Versorger wird man sich dieser Erwartungshaltung auf Dauer nicht entziehen können!

#### 4. Sie erschließen sich damit einzigartige Chancen.

Intelligente Aktivitäten in den Sozialen Medien können entscheidend dabei helfen, das Unternehmensimage zu verbessern und die Kommunikationsintensität zu erhöhen – und so entscheidend zur Kundenbindung beitragen. Außerdem lassen sich damit auf sympathische Art und Weise Neukunden ansprechen oder verloren gegangene Altkunden reaktivieren.



#### 5. Die Angst vor Shit-Stürmen ist meist unbegründet.

Tatsächlich kann es in den Sozialen Medien vorkommen, dass Kritik an einem Unternehmen geäußert wird. Allerdings ist das – gerade bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen – erstaunlich selten der Fall. Dazu kommt, dass sich dem durchaus begeben lässt. Außerdem kann man immer wieder beobachten, dass unberechtigter Kritik oft von Seiten der Community begegnet wird – ohne dass das betroffene Unternehmen selbst viel dazu beitragen muss!

Deshalb lautet die Empfehlung der allermeisten Experten: Verpassen Sie nicht den Anschluss an die Welt der Sozialen Medien – prüfen Sie rechtzeitig in welcher Form Sie sich beteiligen wollen. Für einen erfolgreichen Start ist es allerdings notwendig, das Ganze ernsthaft und strategisch anzugehen (reine Azubi-Aktivitäten sind auf Dauer keine Lösung). Ernsthaft bedeutet dabei:

- **Mit Konzept und klaren Zielen**
- **Mit Engagement und (ausreichendem) Etat**

Wir helfen Ihnen gerne dabei, die vielfältigen Möglichkeiten der Sozialen Medien für sich zu bewerten, ein maßgeschneidertes Konzept zu entwickeln und in die Realität umzusetzen.

**Sprechen Sie mit uns und/oder nutzen Sie unser spezifisches „Starter“-Angebot:**

- Basisstarter-Paket „Soziale Medien“ (bestehend aus individueller Beratung, schriftlicher Strategieempfehlung, Checkliste für den Start und 8 h Startsupport für den Aufbau Ihrer individuellen Social-Media-Kanäle)  
**1.499,- EUR zzgl. MwSt.**

Einfach das beigelegte Rückantwortformular ausfüllen und per Post oder Fax an uns zurücksenden. Oder zur Kontaktaufnahme unter folgender Nummer bei uns anrufen:

**Tel. 0921 75931-0**

Die Kolleginnen Uschold und Hagen vereinbaren gerne die nächsten Schritte persönlich mit Ihnen.

Wir würden uns freuen, schon sehr bald mit Ihnen in Kontakt treten zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen  
**Häusler & Bolay Marketing GmbH**

Ralf Bolay  
Geschäftsführer



**[www.stadtwerkmarketing.de](http://www.stadtwerkmarketing.de)**

Über den abgebildeten QR-Code können Sie sich auch direkt verlinken lassen!

Als Marketingagentur, die sich besonders auf die Betreuung von Stadtwerken und Regionalversorgern konzentriert, unterhalten wir neben unserer allgemeinen Internetseite [www.haeuslerundbolay.de](http://www.haeuslerundbolay.de) auch die themenspezifische Microsite [www.stadtwerkmarketing.de](http://www.stadtwerkmarketing.de), auf der wir u.a. das White-Paper „Die 10 größten Herausforderungen des Stadtwerke-Marketings“ für Sie zum Download eingestellt haben. Klicken Sie doch mal rein!