

PRESSEMITTEILUNG

SOCIAL MEDIA FÜR EIN ERFOLGREICHES BUSINESS – VZB-KAMINABEND ZU DEN DOS & DON'TS BEIM EINSATZ SOZIALER NETZWERKE

Facebook, Instagram, Xing & Co: Zeitschriftenverlage und ihre Macher sind auf einer Vielzahl unterschiedlicher sozialer Plattformen präsent. Wie aber setzen sie Social Media richtig ein? Welche Fehler sollten vermieden werden? Mit diesen Fragen befasste sich der Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) auf seinem exklusiven VZB-Kaminabend.

München, 26. November 2019. Wie setzt man Social Media für das eigene Business richtig ein? Welche Dos & Dont's gelten im Umgang mit den sozialen Netzwerken? Antworten auf diese Fragen gab der Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) am Donnerstag auf seinem exklusiven VZB-Kaminabend. Waltraut von Mengden, Erste Vorsitzende des VZB, und Geschäftsführerin Anina Veigel hatten drei hochkarätige Referenten eingeladen, die aus ihrer Perspektive Empfehlungen im Umgang mit diesem komplexen Thema gaben. „Wir freuen uns, wenn wir unseren Gästen neue Perspektiven, Ideen, vielleicht auch Lösungen für ihr Geschäft aufzeigen können“, so Anina Veigel. Die Veranstaltung fand einmal mehr in den exklusiven Räumlichkeiten des Bankhauses DONNER & REUSCHEL im München statt, wo Thomas Nerlinger, Bereichsleiter Private Banking München, die Gäste begrüßte.

Den Auftakt machte Dr. Rebekka Reinhard, freie Philosophin und stellvertretende Chefredakteurin der Zeitschrift „Hohe Luft“. Sie wies zu Beginn ihres Vortrags darauf hin, dass Glaubwürdigkeit eine der wichtigsten Kriterien für eine erfolgreiche Präsenz in den sozialen Netzwerken sei. Anschließend schilderte sie Verhaltensweisen, die für viele User im Umgang mit Social Media prägend sind. Dazu zähle beispielsweise die Tatsache, komplexe Sachverhalte zu vereinfachen und sich nur noch mit Meinungen zu umgeben, die die eigene Ansicht bestätigen („confirmation bias“). Rebekka Reinhard rief dazu auf, dieser Art der „Vereindeutigung“ nicht zu erliegen, vielmehr Mut zu „Echtem“ und „Neuem“ in der Kommunikation an den Tag zu legen. In Anlehnung an den vielzitierten Satz „Simplify your Life“ sagte sie: „Complexify your Life!“

Prof. Dr. Alexander Filipović, Professor an der Hochschule für Philosophie in München, näherte sich dem Thema aus der wissenschaftlichen Perspektive. Er wies darauf hin, dass vor einer professionellen Kommunikation über Social Media die Fragen beantwortet werden müssten, was die Philosophie des Unternehmens sei und welche Grundsätze und Ethos für das Unternehmen stünden. Anschließend müsse man sich mit der Frage auseinandersetzen, wie diese Philosophie die Sichtweise des Unternehmens prägen. Nur in seltenen Fällen gäbe es auf diese Fragen bereits schlüssige Antworten. Manchmal könne man zumindest auf Leitsätze oder Ideen der Unternehmensgründer zugreifen, so Filipović. Meist aber müsse man sich dies erst erarbeiten.

Svenja Walter, Digital Storyteller, Bloggerin und Social Media Expertin, schilderte zum Abschluss, wie sie soziale Netzwerke für Unternehmen einsetzt. Dafür sei es wichtig, im ersten Schritt Ziele für die Kommunikation auf Plattformen wie Facebook und Instagram zu definieren, wie beispielsweise eine Steigerung des Abverkaufs oder der Reichweite.

Anschließend müsse man sich überlegen, welche Plattformen zu welchem Zweck genutzt werden sollten und wo sich Marktlücken ergeben. Das dritte Credo von Svenja Walter lautet: „Einfach machen“, was in zwei Richtungen interpretiert werden kann. Zum einen als Appell, es nicht zu kompliziert anzugehen. Und als Aufforderung, einfach loszulegen, auch wenn man noch keine Erfahrung im Umgang mit Social Media hat. Svenja Walter: „Jetzt ist der ideale Zeitpunkt, um einzusteigen.“

In ihrem Abschluss-Statement bedankte sich Waltraut von Mengden bei den hochkarätigen Referenten, die mit ihrem Know-how die Zuhörer in ihren Bann gezogen haben: „Es war ein inspirierender und facettenreicher Abend, der den Umgang mit Social Media aus philosophischer, ethischer und praktischer Sicht beleuchtete und uns viele Anregungen für unser eigenes Business mit auf den Weg gegeben hat.“

Über den VZB:

Der Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) ist eine tragende Säule des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) in Berlin. Er vertritt die Interessen von 100 bayerischen Zeitschriftenunternehmen (u.a. Hubert Burda Media, Condé Nast Germany, Vogel Communications Group, Wort und Bild Verlag). Seit seiner Gründung 1948 ist es die Hauptaufgabe des Verbandes, bayerische Verleger bei grundlegenden unternehmerischen Herausforderungen zu unterstützen.

Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern e.V.
Friedrichstraße 22
80801 München
Telefon: 0 89/28 81 27-0
Telefax: 0 89/28 81 27-27
E-Mail: info@v-z-b.de
Website: www.v-z-b.de

Hochauflösendes Bildmaterial der Veranstaltung kann beim VZB angefordert werden.



(v.l.n.r.) Dr. Rebekka Reinhard, freie Philosophin und stellvertretende Chefredakteurin der Zeitschrift „Hohe Luft“; Svenja Walter, Digital Storyteller Waltermedia; Prof. Dr. Alexander Filipović, Professor an der Hochschule für Philosophie in München; Waltraut von Mengden, VZB; Anina Veigel, VZB – Foto: Bettina Theisinger