



SOCIAL MEDIA-LOGBUCH

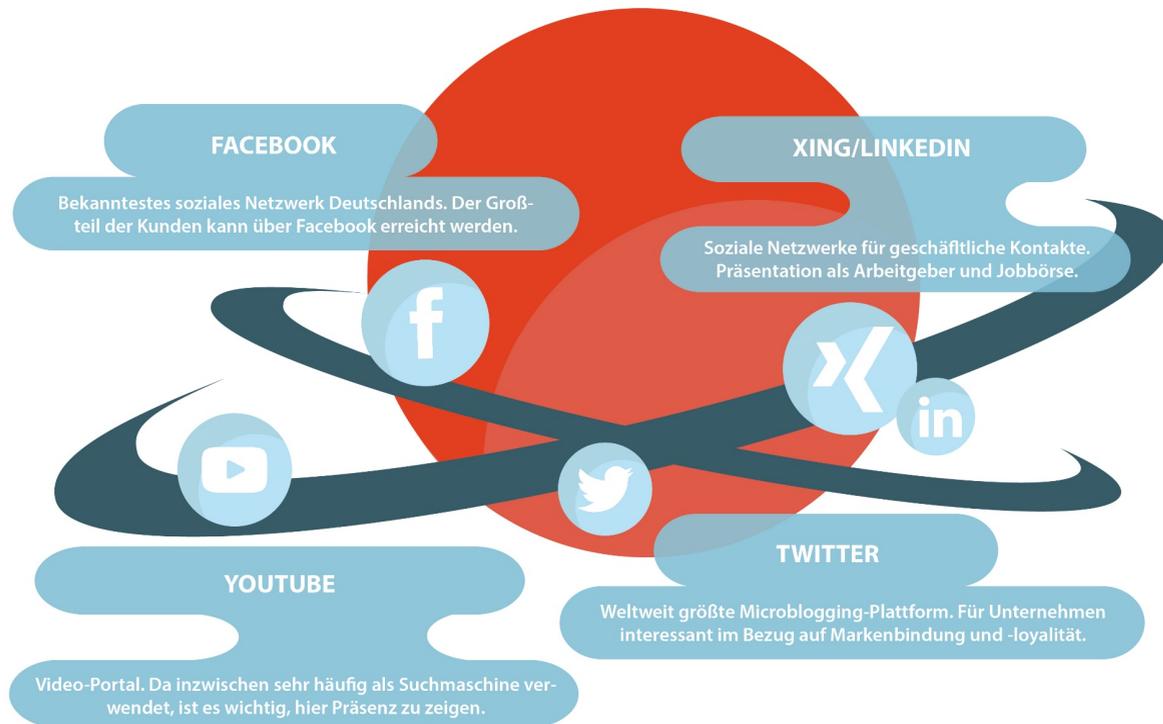
des ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern

LOG 02: **PLATTFORMEN**



PLATTFORMEN

In unserem ersten Logbucheintrag haben wir Sie bereits mit unserer Positionierung auf Social Media bekannt gemacht. Wir möchten Sie dahingehend auf unsere Plattformstrategie aufmerksam machen und Ihnen im nachfolgenden vier wichtige Plattformen vorstellen, auf denen der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern aktiv vertreten sein wird.



Mehr Informationen zu unserer **Plattformstrategie** erfahren Sie auf unserer Internetseite www.startklar-socialmedia.de oder in unserem [Erklärfilm](#), der gerne von Ihnen über ihr Profil geteilt werden darf!

FACEBOOK

Als Einstieg wurde die [Facebook-Konzernseite](#) aufgebaut, in dem der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern einheitlich als ein Unternehmen auftritt. Auf dieser Plattform stellen wir aktuelle Informationen und nützliche Links ansprechend und unterhaltsam aufbereitet unseren Fans zur Verfügung. Die unterschiedlichen Post-Formate werden zielgerichtet und performance-basiert genutzt und eingesetzt ([KURZFILM](#)).



Die Anzahl an Facebook Usern ist bereits **größer als die gesamte Bevölkerung Chinas**



Facebook ist schon lange nicht mehr ausschließlich die Plattform der jungen Leute. **Rund 58% aller User sind über 30 Jahre alt.** Dies bedeutet einmal mehr, dass die AL-H über Facebook die Mehrheit ihrer Kunden erreichen und auch in einem privateren Umfeld mit diesen interagieren kann.



Täglich verbringen die Menschen in Deutschland durchschnittlich **42 Minuten** auf Facebook.

Facebook ist das **bekannteste und beliebteste** soziale Netzwerk in Deutschland. Nach Registrierung können die User ein Profil erstellen, andere Benutzer in eine Freundschaftsliste aufnehmen und Nachrichten/ Informationen austauschen. Über Facebook kann die **breite Masse** erreicht werden. Auch wenn Facebook der Allrounder unter den sozialen Netzwerken ist, darf er nicht mit einem reinen Abverkaufskanal verwechselt werden. Facebook eignet sich allgemein zur Kommunikation, zum Austausch zwischen Konsumenten und um deren Aufmerksamkeit zu erlangen.

YOUTUBE

Auf YouTube nutzt der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern einen gemeinsamen [YouTube-Kanal](#). Hierbei besteht der Fokus nicht auf den Abonnenten und es besteht auch nicht der Bedarf einer konstanten Pflege. Vielmehr liegen dort statisch Videos ab, die von Interessenten aufgerufen, angeschaut und geteilt werden können ([KURZFILM](#)).



Bewegtbild ist King: Rund **44%** bevorzugen es bei der Informationssuche zu einem Produkt vorher ein Video zu schauen.



Bis 2018 wird **2/3 aller mobilen Nutzung Video** ausmachen.



Inzwischen ist die Gesamtmenge aller Videos so groß auf YouTube, dass **ein einziges Menschenleben nicht ausreicht**, um sie anzuschauen.



YouTube ist die **zweitgrößte Suchmaschine** weltweit und die am dritthäufigste besuchte Seite nach Google und Facebook. Die Tatsache, dass soziale Netzwerke immer häufiger als Suchmaschine verwendet werden verdeutlicht einmal mehr die Relevanz verstärkt Präsenz zu zeigen.

YouTube ist ein Internet-Videoportal, auf dem User kostenlos Video-Clips ansehen und hochladen können. Die Plattform war ursprünglich als reines Unterhaltungsangebot gedacht. Marken können hier ihre eigenen Markenenkanäle erstellen und jede beliebige Art von Video zeigen.

TWITTER



Als weitere Ausbaustufe nutzt der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern Twitter als Newsmedium. Hier kann die Community einfach und schnell mit aktuellen Informationen zu Veränderungen und Neuheiten informiert werden. Zusätzlich kann bei Eilmeldungen aus der Branche schnell reagiert werden ([KURZFILM](#)).



Auf Twitter gibt es **330 Millionen monatlich aktive Nutzer**, insgesamt 12 Millionen User in Deutschland. Jeden Tag nutzen 140 Millionen Menschen den Dienst



72% aller Follower von Marken auf Twitter können sich vorstellen von dieser Marke **auch in Zukunft zu kaufen**.



Täglich verbringen die Menschen in Deutschland durchschnittlich **17 Minuten auf Twitter**.

Twitter ist die größte **Microblogging-Plattform** der Welt (eine spezielle Form des Bloggens, bei der nur sehr kurze Mitteilungen veröffentlicht werden). Die Länge eines Beitrags – auch „Tweet“ genannt – ist auf 140 Zeichen begrenzt. Dementsprechend ist Twitter keine Option für eine ausführliche, komplexe oder detaillierte Kommunikation. Twitter eignet sich insbesondere für die **schnelle Verbreitung von Inhalten** wie z.B. News.

XING & LINKEDIN

LIVE ENDE
2017!

Xing und LinkedIn werden hauptsächlich als Business-Netzwerke für Recruiting und Employer Branding genutzt. Nachwuchs- und Fachkräfte werden auf diesen Plattformen über Jobangebote informiert und Arbeitnehmer als Ratgeber im Berufsalltag begleitet. LinkedIn wird als ergänzende englischsprachige Plattform auf internationaler Ebene genutzt. Dort bieten sich vergleichbare Inhalte wie auf Xing an ([KURZFILM](#)).



Rund 270.000 Unternehmen nutzen ein Unternehmensprofil auf Xing.



Täglich werden ca. 25 Mio. LinkedIn Profile aufgerufen und mehr als 175.000 neue LinkedIn Profile eröffnet.



Die Menschen in Deutschland verbringen durchschnittlich **10 Minuten am Tag auf LinkedIn.**

Xing und LinkedIn sind **soziale Netzwerke für geschäftliche Kontakte**. Hier kann man berufliche Netzwerke pflegen und erweitern, über Produkt- und Branchennews informieren und offene Stellen teilen. Unternehmen können dabei nicht nur als Arbeitgeber in Erscheinung treten, sondern auch geeignete Kandidaten und Talente anhand ausführlicher Profile auswählen und ihr Image als attraktiver Arbeitgeber stärken.

CHECKLISTE

Kennen Sie sich aus im Social Media-Universum?
Hier ein Überblick über die fünf wichtigsten Plattformen:



FACEBOOK: Das größte soziale Netzwerk Facebook ermöglicht registrierten Nutzern (Personen und Unternehmen) ein Profil zu erstellen, Posts in Form von Text, Bild und Video hochzuladen, Nachrichten zu versenden, sich mit anderen Nutzern zu befreunden und Marken, Unternehmen, etc. zu abonnieren.



YOUTUBE: Das bekannteste Internet-Videoportal YouTube ermöglicht es Besuchern, kostenlos Video-Clips anzusehen, hochzuladen und zu bewerten. Die letzten zwei Funktionen stehen nur registrierten Nutzern zur Verfügung. Videos können kommentiert oder mit einem Daumen hoch oder runter bewertet werden.



TWITTER: Der Micro-Blogging Dienst Twitter ermöglicht den Austausch von Kurznachrichten, die auf 140 Zeichen begrenzt sind. Die Nachrichten werden „Updates“ oder „Tweets“ (englisch: to tweet = zwitschern) genannt. Diese können geteilt, kommentiert und mit einem Herz bewertet werden.



XING & LINKEDIN: Auf den beruflichen Netzwerken Xing und LinkedIn finden Berufstätige berufliche Kontakte, Informationen, Mitarbeiter, Aufträge und Kunden. Es geht hier vorrangig um den Austausch und die Pflege beruflicher Kontakte. Xing ist in Deutschland aktiv, während LinkedIn internationaler stärker vertreten ist.

Generell gilt: Bevor man selbst als Unternehmen auf einer Plattform aktiv wird, lohnt es sich, beobachtend das Netzwerk und die dazugehörige Community kennen zu lernen.