

# Medienmacht Internet Die neue Einfachheit

Das Bedürfnis nach einfacher Verständigung ist so alt wie die Menschheit. Die Entwicklung des Internets und des Web 2.0 ist diesem Anliegen durchaus zuträglich - Unternehmen müssen mit der neuen Einfachheit allerdings umzugehen wissen.

08.03.2007

Stuttgart - Die Möglichkeiten im neuen Internet, die im Moment unter dem Begriff Web 2.0 in aller Munde sind, bieten nicht nur Risiken für Unternehmen. Sie bringen auch Möglichkeiten, die interne Effizienz (Employer Branding) zu erhöhen und sich auf einen neuen menschlichen Dialog mit Kunden (Customer Relationship Management, CRM) einzulassen.



Einfachheit siegt:

Das Corporate Design soll Vertrauen schaffen

Das Kommunikationsverhalten von Unternehmen (Corporate Communications) wird das neue Internet in jedem Fall ändern. Formale Kommunikationskanäle wie Presse- und Marketingabteilungen wird es sicher weiterhin geben. Auch das Erscheinungsbild (Corporate Design) wird Unternehmen in Zukunft Vorteile bringen.

Die neuen Möglichkeiten der Interaktion im Internet können Unternehmen nutzen, um für Orientierung am Markt zu sorgen, Vertrauen zu schaffen, Interesse an der Marke zu wecken, zielgerichteter zu werben oder gar neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Wer sich den neuen Kommunikationstechnologien verschließt, kann sogar Marktanteile verlieren. Wie soll sich also ein Unternehmen verhalten, wenn es unsicher im Umgang mit neuen Kommunikationsformen ist? Möglicherweise hilft folgendes Zitat von Einstein: "Der intuitive Geist ist ein heiliges Geschenk und der rationale Geist sein treuer Diener."

## **Marketinginteressen nicht im Vordergrund**

Intuition, Kreativität und Technologie werden in der rationalen Geschäftswelt neue Strukturen schaffen. Stellen Sie sich die Triebkräfte der Menschheitsträume vor: Verständigung, Schöpfung, Unsterblichkeit und Sicherheit. Überträgt man diese Menschheitsträume auf Web-2.0-Anwendungen, könnten Geschäftserfolge wie der freie Bilderdienst Flickr, der für 20 Millionen Dollar an Yahoo verkauft wurde, oder das Portal MySpace, das für 580 Millionen Dollar an Rupert Murdoch ging, darauf begründet sein.

Auf beiden Portalen kann die Allgemeinheit ihre persönlichen Schöpfungen im digitalen Archiv für die digitale Ewigkeit sichern und sich mit Gleichgesinnten verständigen. Wer an verschiedenen Computern viel im Internet arbeitet und Bookmarks zu interessanten Webseiten an einem Ort sichern möchte, kann das bei Delicious tun. Yahoo hat auch dieses Portal gekauft - für 30 Millionen Dollar. Diese Beispiele zeigen, wie sich mit menschlichen Wünschen und einfach nutzbaren Internetanwendungen ganz neue Geschäftsmodelle entwickeln lassen.

Will ein Unternehmen die neuen Kommunikationsformen für den Mitarbeiter- oder Kundendialog nutzen, muss es authentisch auftreten. Reine Marketinginteressen sollten nicht im Vordergrund stehen. Unternehmen können Weblogs, Podcasts oder Videopodcasts

unternehmensintern und -extern einsetzen. Videofilme, die früher mit viel Aufwand produziert werden mussten, sind heute für einen Bruchteil der Kosten machbar und schnell ins Internet gestellt. Informationen sind auf diese Weise mit verschiedenen Endgeräten leicht zu konsumieren. Werden die Technologien professionell angewendet, kann das Interesse an der Marke gesteigert werden und zu mehr Umsatz führen.

## **Vorbild Angela Merkel**

### **Vorbild Angela Merkel**

In jedem Fall wird sich die Internetgemeinde eine Meinung über den Absender bilden. Das spiegelt sich im Image und im Markenwert wieder. Mit Kreativen der Kommunikationsbranche lassen sich professionelle Konzepte und Produktionen für Informationskonsumenten entwickeln. Dass sich, zumindest in Deutschland, professionelle Angebote gegen die Medienproduktionen der Amateure durchsetzen, zeigt sich im Apple-iTunes-Store. In der Politik geht Angela Merkel seit Juni 2006 mit gutem Beispiel voran. Sie präsentiert sich wöchentlich mit Videopodcasts im Internet.

Informationsnetzwerke:

Von Höhlenwänden bis hin zu Weblogs

Mit dem Einsatz von Weblogs sind Informationen in wenigen Sekunden publiziert. Ein Blog ist ohne technische Kenntnisse schnell eingerichtet. Die Einträge können kommentiert werden und auf andere Blogs mit ähnlichen Themen verweisen. Über diese Informationsnetzwerke bilden sich viele Internetnutzer eine Meinung über Unternehmen und Produkte.

Die Auswirkungen durch das aktive Eingreifen der Nutzer ist nicht zu unterschätzen.

Blogs gibt es in verschiedenen Formen seit zehn Jahren. Das Bedürfnis der einfachen Verständigung ist so alt wie die Menschheitsgeschichte. Zuerst wurden Informationen, die das nackte Überleben sicherten, innerhalb der Sippe an die Höhlenwände gemalt. Später gab es Marktplätze, wo man persönlich Informationen austauschte und Produkte handelte. Dann kamen die großen Einkaufszentren. Heute treffen sich die Menschen mit gemeinsamen Interessen auf Portalseiten (Communities) im Internet. Die Marktplätze haben sich zwar geändert, das menschliche Bedürfnis der einfachen Verständigung ist geblieben.

### **Informationen klar und einfach kommunizieren**

Was bedeutet das für Unternehmen? Im Vergleich zu klassischen Webseiten oder Einweg-Medien können Unternehmenslenker mit Hilfe der neuen Kommunikationsformen interaktiv mit einer großen Zahl von Mitarbeitern und Kunden kommunizieren. Wenn das Unternehmen strategisch klare Grundsätze besitzt und auf deren Basis interaktiv im Netz agiert, sollte sich diese Art der Verständigung auf den internationalen Marktplätzen mittel- bis langfristig bedeutend auf die Marke auswirken.

Selbstverständlich wird die Unternehmenskommunikation durch den Mix aus klassischen und neuen Kommunikationsformen zunehmend komplexer. Gleichzeitig werden die digitalen Informationskanäle zum Interessenten immer fragmentierter. Auch die Reizüberflutung durch die Medien wird stark zunehmen. Das führt dazu, dass Informationen in jeglicher Form klar und einfach von Unternehmen kommuniziert werden müssen. Die Medienkompetenz wird dabei eine entscheidende Rolle spielen.

Konzerne sind dafür in der Regel mit ihren Identity-Programmen und

Corporate-Design-Abteilungen gut gerüstet. Kleine und mittlere Unternehmen haben oft noch kein Verständnis für den Wert und Nutzen von maßgeschneiderten Identity- oder Designprogrammen. Sie halten sich meist an zweckbezogene Medioumsetzungen. Rein handwerklich betrachtet, lassen sich natürlich auch ohne Kommunikationskompetenzen Medien produzieren. Wie jedoch die Angebote im Apple-iTunes-Store zeigen, werden es die professionellen Medienproduktionen sein, die effizient ihre Ziele erreichen.

## **Stress und Reizüberflutung**

### **Stress und Reizüberflutung**

In unserer Wissensgesellschaft hat die schnelle Information zwar viele Vorteile geschaffen, die Nachteile sind jedoch die Reizüberflutung und der damit verbundene Stress. Der Erfolg vieler Internetmarken basiert auch auf der Einfachheit. Die einfache Anwendung und Benutzerführung, hinter denen meist hochkomplexe Technologien und Dienstleistungen stecken, wird bei mangelnder Zeit zum Erfolgsfaktor.

Hilfsmittel und gleichzeitig Werttreiber bietet die visuelle Kommunikation. Visuell lassen sich komplexe und abstrakte Inhalte auf einfachste Weise wirkungsvoll darstellen. Aus Formen und Farben werden Piktogramme (Bildzeichen) oder Bilder entwickelt. Das ist keine Erfindung der Werber oder Designer. Die ersten Piktogramme findet man bei den Höhlenmalereien. Eine verständliche Zeichensprache war damals überlebenswichtig.

Heute können Zeichen, Farben und Bilder genutzt werden, um Zeit und Geld zu sparen. Sie führen uns wortlos durch das internationale Internet, durch Städte oder Gebäude. Zeichen, Bilder und Farben bieten Orientierung, sie schaffen Ordnung und vermitteln somit Vertrauen und Sicherheit. Mit moderner Software werden irrealer Bildwelten kreiert, die real wirken können und zusätzlich für Aufmerksamkeit sorgen. Und mit

zunehmend austauschbaren Bildangeboten werden visuelle Konzepte wichtiger. Damit können sich Unternehmen visuelle und gesetzlich geschützte Alleinstellungsmerkmale sichern.

### **Nur eine Frage des intelligenten Einsatzes**

Diese Wettbewerbsvorteile sind besonders in der Dienstleistungsbranche notwendig. Dort können Kunden keine greifbaren Produkte auf ihre Qualität hin prüfen. In erster Linie zählt das Preis-Leistungs-Verhältnis und der Service. Vertrauen zu erzeugen und für Orientierung am Markt zu sorgen ist mit visuellen Mitteln sehr effizient. Die positiven oder negativen Wirkungen von Farben sind längst nachgewiesen. Es ist nur eine Frage des intelligenten Einsatzes.

Geht man einen Schritt weiter und denkt an Handydisplays wird schnell klar, dass die Entwickler von Firmenlogos, Corporate Design oder Bildern nicht mehr nach den klassischen Lehren vorgehen können. In der Form, in der sich Unternehmensinformationen zunehmend über verschiedene Medien abrufen lassen, wird es wichtig, dass die Entwickler aus den Bereichen Strategie, Technologie und Kreativität enger zusammenrücken und betretene Pfade verlassen.

Die neuen Kommunikationsformen setzen also Veränderungsprozesse in Gang, was für Unternehmen Herausforderungen und neue Chancen bedeutet. Sie können Informationsflüsse beschleunigen, ihre Effizienz steigern, Kosten senken sowie Markenwert und Image positiv entwickeln. Das Zusammenspiel zwischen Intuition, Kreativität und Technologie setzt neue Potenziale frei. Einfachheit wird somit zum Erfolgsfaktor.