

Foto: h\_da



Alle Lotsen an Bord!  
Das eBusiness-Team stellt sich vor.

# VOM BLOGGENDEN MALERMEISTER LERNEN

E-Business – Neues Projekt an der Hochschule Darmstadt will Unternehmen in die Welt sozialer Netzwerke einführen

von Meike Mittmeyer

Das Internet eröffnet Firmen neue Kommunikationswege mit Kunden und Fachkräften – die meisten großen Konzerne nutzen sie bereits. Das Kompetenzzentrum „E-Business-Lotse“ an der Hochschule Darmstadt will nun kleinen und mittelständischen Betrieben zeigen, was mit sozialen Netzwerken alles möglich ist.

Die ganz Großen machen es schon lange: Bloggen, twittern, auf Facebook mit Kunden diskutieren und statt nur einer schnöden Gebrauchsanleitung lieber Videos auf Youtube anbieten, in denen

gezeigt wird, wie ein Produkt funktioniert. Fast alle börsennotierten Unternehmen haben das Internet und speziell soziale Netzwerke längst als Chance und neues Geschäftsmodell erkannt. Nach dem Malermeister oder dem mittelständischen Maschinenhersteller vor Ort sucht man im weltweiten Netz dagegen oft noch vergeblich – mehr als ein Beitrag in der Online-Ausgabe der Gelben Seiten ist meistens nicht drin. Das neue Kompetenzzentrum „E-Business-Lotse Darmstadt-Dieburg“ der Hochschule Darmstadt (HDA) und des Hessischen Telemedia Technologie Kompetenzzenters (httc) will eben diesen Unternehmen

in der Region jetzt helfen, sich in der weiten Welt der Online-Kommunikation zurechtzufinden.

## WIE ERREICHT MAN JÜNGERE ZIELGRUPPEN?

„Vor allem für jüngere Zielgruppen ist das Internet erste Anlaufstelle, um sich über Unternehmen in der Region zu informieren, und nicht mehr das Telefonbuch“, sagt Thomas Pleil, Leiter der E-Business-Lotsen und Professor für Public Relations an der HDA. Wie diese Zielgruppe erreicht werden kann, will das fünfköpfige Lotsen-Team gemeinsam mit Mittelständlern aus der Region in Work-

shops, auf Konferenzen und in einem Online-Netzwerk erörtern. Weil das Projekt im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand Digital“ vom Bundeswirtschaftsministerium finanziert wird, ist die Teilnahme kostenlos. Partner sind unter anderem die IHK, der Landkreis und Unternehmerverbände. Bundesweit nehmen zeitgleich rund 40 Kompetenzzentren ihre Arbeit auf.

Erwarten, dass die E-Business-Lotsen den Unternehmen ihre Online-Kommunikation komplett abnehmen, dürfen die Teilnehmer allerdings nicht. Viel mehr gehe es darum, zu Eigeninitiative anzuregen und zu zeigen, was überhaupt alles möglich sei im World Wide Web, so Pleil: „Im Zentrum steht der Erfahrungsaustausch.“ Denn auch bei Klein- und Mittelständlern gibt es bereits Pioniere auf dem Gebiet Social Media. Einer von ihnen ist der Malermeister Werner Deck aus der Nähe von Karlsruhe. Er ist in vielen Online-Netzwerken aktiv und betreibt einen Weblog, in dem er über den Arbeitsalltag in seinem Zehn-Mann-Betrieb, Feedback von Kunden, aber auch ganz allgemeine Themen schreibt.

Maler-Geschichten locken neue Kunden. Das zieht seinen Angaben zufolge monatlich über 138 000 Leser auf die Seite. „Nirgendwo anders hat man

die Möglichkeit, sich in dieser Bandbreite zu präsentieren“, ist der 65-Jährige überzeugt. Seitdem er im Netz so aktiv ist, habe er die Zahl der jüngeren Kunden zwischen 30 und 50 Jahren um 132 Prozent gesteigert, sagte er dem ECHO. Deck kommt am Mittwoch auch zur Auftaktveranstaltung der E-Business-Lotsen nach Dieburg.

Aber sollte denn wirklich jeder kleine Klempner-Betrieb twittern wie verrückt und eine Facebook-Seite betreiben? „Nein, so pauschal kann man das nicht sagen“, schränkt Pleil ein. Ziel des Projekts sei es nicht, den Firmen generell zu raten, in so vielen sozialen Netzwerken wie nur möglich aktiv zu sein.

Wichtiger sei es, den Unternehmern bewusst zu machen, wie sich die Entscheidungswege durch das Internet verändert haben. „Und wir wollen mit dem Vorurteil aufräumen, dass sich Social-Media-Aktivitäten nur für große Konzerne rentieren.“ Denn die Kommunikationsmöglichkeiten beschränken sich nicht auf den Dialog mit Kunden. Auch potenzielle neue Mitarbeiter könne man über diese Kanäle erreichen – gerade in Zeiten des Fachkräftemangels eine Option, in der Pleil noch viel Potenzial für Firmen sieht.

## Prof. Dr. Thomas Pleil

ist Leiter des eBusiness Lotsen Darmstadt-Dieburg. An der Hochschule Darmstadt ist er als Professor für PR mit Schwerpunkt Online-PR tätig. Zudem leitet er als Direktor die Abteilung Kommunikationsmanagement im Institut für Kommunikation und Medien (ikum). Im Rahmen des e-Business Lotsen vertritt er fachlich das Schwerpunktthema Social Media. Seine derzeitigen Forschungsinteressen sind Social Media, Onlinekommunikation, Public Relations und Verantwortungskommunikation.



Foto: privat

## Dr.-Ing. Christoph Rensing

leitet den Bereich Telemedia Learning im htcc e.V. in Darmstadt und begleitet in dieser Funktion seit 1998 die eLearning-Aktivitäten des Hessischen Ministeriums für Wissenschaft und Kunst. Zudem leitet er den Forschungsbereich Knowledge & Educational Technologies am Fachgebiet Multimedia Kommunikation der TU Darmstadt. Seine Forschungsthemen sind die Erstellung und das Management von Wissens- und Lernressourcen in formellen und informellen Lernszenarien. Dabei betrachtet er auch den Einsatz mobiler Endgeräte.



Foto: TU Darmstadt

## DREI FRAGEN ZUM PROJEKT E-BUSINESS-LOTSE

**Welche Grundidee steckt hinter dem Projekt Business-Lotse?**

**Pleil:** Der eBusiness-Lotse soll die Vernetzung der vielen regionalen KMUs vorantreiben und eine grundlegende Sensibilisierung für das Thema Internet und „Social Media“ im Speziellen schaffen. Er soll Orientierungshilfe geben und wir wollen durch das Projekt Ängste und/oder Befürchtungen vor der Thematik nehmen.

**Rensing:** Ganz wichtig ist uns dabei der Aufbau einer Wissensplattform, der bestehende Information von vielen Akteuren bündeln, aggregieren soll. Diese werden „verschlusswortet“ und bieten so unterschiedliche Zugänge zu einem Thema. Erfahrungen Einzelner dienen mit ihren Praxisbeispielen vielen anderen als Orientierungs-

und Lösungshilfe bei entsprechenden Fragestellungen.

**Was sind die weiteren Schritte des Projekts?**

**Pleil:** Wir wollen den Bekanntheitsgrad in einem doch sehr heterogenem Umfeld stetig erhöhen. Dazu fördern wir auch Partnerschaften mit anderen Institutionen, denn diese sind wichtige Multiplikatoren.

**Rensing:** Die Angebote sollen ausgebaut werden. So soll es Workshops von etwa zwei Stunden direkt nach den üblichen Arbeitszeiten, so etwa ab 17.00/18.00 Uhr geben. Dazu sind Vortragsreihen und Veranstaltungen geplant. So gibt es am 17. April den Vortrag „Umgang mit Meinungsmachern“ und am 9. und 10. Juni den Workshop

„Content-Strategie“, bei dem die Fragen beantwortet werden sollen „Was soll ich publizieren? Wie oft und wo sind überhaupt meine digitalen Orte, dies zu tun“. Auch die Zugänglichkeit und Gestaltung sind ein Thema. Beide Veranstaltungen in Dieburg sind kostenlos und werden durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

**Ist das Projekt zeitlich begrenzt?**

**Pleil:** Ein offizielles „Ende“ des Projekts gibt es nicht. Die bundesweit 40 Kompetenzzentren (mehr unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)) werden ihre unterschiedlichen Themen ständig an den technischen Fortschritt adaptieren. Es ist ein langfristig angelegtes Projekt.

aleg