



Mittelstand 4.0
**Agentur
Kommunikation**



Digitale Kommunikation

Kunden, Mitarbeiter und Partner
online erreichen

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Auf den Punkt: Was ist unsere Aufgabe?

Wir beschäftigen uns mit digitaler Kunden- und Mitarbeiterkommunikation. Wir übersetzen das Expertenwissen aus der „Nerd-Sprache“ in allgemein verständliche Inhalte und entwickeln dazu konkrete Handlungsempfehlungen.

„Unsere Aufgabe besteht darin, Trends und Innovationen in den Bereichen digitales Marketing und Onlinekommunikation nachvollziehbar zu machen und so kleine und mittlere Unternehmen in Führungsentscheidungen zu unterstützen“, sagt Prof. Dr. Thomas Pleil,

Professor für Online Public Relations an der Hochschule Darmstadt.

Highlights und Ergebnisse

Als eines unserer wichtigsten Ergebnisse verstehen wir die Sensibilisierung von bisher rund 1.000 kleinen und mittleren Unternehmen und fast 500 Multiplikatoren für die vielfältigen Themen rund um digitale Kommunikation. Auf diese Weise unterstützten wir zahllose firmeninterne Entscheidungen.

Zum Beispiel, ob für ein bestimmtes Produkt- oder Leistungssegment eine Facebook-Seite aufgebaut werden sollte oder ein Messenger-Dienst den Weg zum Kunden besser ebenen kann.

Über **zahlreiche Praxisbeispiele** finden wir einen guten Zugang zu unserer Zielgruppe und unterstützen unsere Multiplikatoren mit **handfesten Informationen** in ihrer Arbeit.

Auf branchenübergreifenden Veranstaltungen bringen wir uns als Fachreferenten immer wieder mit **Methoden- und Fachwissen** ein. Highlights unserer Arbeit sind darüber hinaus das jährlich stattfindende **Content Strategy Camp** und das **Mittelstandscamp**, bei denen sich jeweils mehr als 150 Multiplikatoren, KMU und interessierte Praktiker zu Themen der digitalen Kommunikation vernetzen.



Best Practice

Ob Schreinerei, Metzgerei oder Anwaltskanzlei – beim Kennenlernen der Praxisbeispiele hat sich klar gezeigt: Unternehmen, die auf Online-Kommunikation setzen, werden mit Umsatzgewinnen und zufriedenen Kunden belohnt. Hier einige Beispiele:

Eine **Patentanwaltskanzlei** bloggt und baut ein Wiki auf. Auf diese Weise machen die Akteure auch im Netz auf sich aufmerksam und landen mit ihren Stichworten und Angeboten in den Ergebnislisten von Suchmaschinen ganz oben.

Eine **Schreinerei** ist auf Facebook aktiv, gewinnt auf diesem Wege neue Großkunden und macht sich zunehmend von der Bearbeitung zeitaufwändiger Architektenausschreibungen unabhängig.

Ein **Metzgermeister** dreht kurze Videos, macht hochwertige Bilder von eigenen Veranstaltungen und baut sich schrittweise ein ansprechendes Produkt- und Corporate Design auf. Im Ergebnis gewinnt er zahlreiche neue Kunden über soziale Medien.

Die **Monteure** eines Fensterherstellers fotografieren und dokumentieren in Echtzeit die Mängel auf einer Baustelle, informieren umgehend ihre Zentrale und minimieren mögliche Zeitverzögerungen. Die Arbeit geht schneller voran und für den Kunden verringern sich anfallende Reparaturkosten.

Lessons Learned



Die Teilhabe am virtuellen Miteinander und Austausch funktioniert nicht von selbst. Das haben uns Praxisbeispiele immer wieder gezeigt.

Will ein Unternehmen eine interne Community aufbauen oder Mitarbeiter effektiv vernetzen, geht dem ein zeit- und arbeitsintensiver Prozess voraus. Um die Kommunikation über digitale Medien in der eigenen Belegschaft, im B2B-Kontakt oder im Austausch mit anderen Bezugsgruppen zu unterstützen, braucht es Impulse von außen, Expertenwissen und konkrete Anknüpfungspunkte. Ein Aufwand, der in der Regel weit unterschätzt wird.



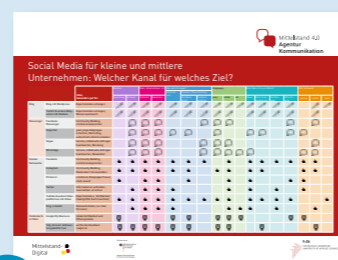
1



2



3



4

Auswahl unserer Publikationen:

- 1 Bestellung auf Knopfdruck. Einsatz von Dash & Order Buttons im Online-Handel
- 2 In sechs Schritten zum Kommunikationsplan. Strategieentwicklung für Onlinekommunikation
- 3 Digitalisierung braucht Führung und Kommunikation. Bedarfe und Status quo
- 4 Social Media-Matrix für kleine und mittlere Unternehmen. Welcher Kanal für welches Ziel?

Weitere Publikationen und Praxisbeispiele unter <http://kommunikation-mittelstand.digital>



Unsere größten Herausforderungen



Dr. Pia Sue Helferich, Projektmanagerin Digitale Kommunikation:

„Immer wieder die **Schere zwischen Anspruch und Wirklichkeit** zu schließen, zählt für mich zu unseren wichtigsten Aufgaben. Auf der einen Seite sprechen wir über virtuelle Realitäten, auf der anderen Seite begegnen wir vielen KMU, die nicht via E-Mail erreichbar sind und schon gar nicht über eine eigene Website verfügen.“

„**Digitalisierung** wird allzu oft **als reines Technikthema missverstanden**. Dabei wird die Bedeutung von digitaler Kundenansprache und interner Kommunikation immer wieder massiv unterschätzt“, sagt Projektmanagerin Anette Nickels.

„Das Thema **interne Kommunikation an KMU heranzutragen**, auch, wenn es in den Unternehmen (noch) keine entsprechenden Ansprechpartner oder Zuständigkeiten gibt, ist eine große Herausforderung, die nur mit viel Überzeugungskraft gemeistert werden kann“, sagt Projektmanagerin Lisa Benz.

„Ängste zu nehmen, **die Bedeutung kommunikativer Strategien** mit betriebswirtschaftlichen Fakten zu untermauern, Best Practice-Beispiele zu liefern und Unternehmen zu sinnvoller Vernetzung zu motivieren, bedeutet beständig an unterschiedlichen Fronten zu kämpfen. Wer sich Gleichmaß wünscht, ist bei uns an der falschen Adresse“, sagt Projektleiter Prof. Thomas Pleil.

Themenschwerpunkte für die Zukunft

- 1 Interne Kommunikation:** Wir wollen noch deutlicher herausarbeiten, wie und mit welchen Mitteln KMU optimal intern kommunizieren können und welche Stolpersteine es dabei zu überwinden gilt.
- 2 Influencer-Marketing:** Wir wollen zeigen, dass die gezielte Einbindung von Multiplikatoren in die Unternehmens- und Markenkommunikation auch für KMU ein erfolgreiches Marketinginstrument sein kann.
- 3 Technologische Innovation:** Wir wollen zeigen, wie innovative Technologien – zum Beispiel moderne Sprachsteuerungssysteme – arbeiten und welche Bedeutung sie zukünftig für die Kommunikationsarbeit haben werden. Natürlich gespickt mit vielen Best Practice-Beispielen.

Ansprechpartnerin:

Dr. Pia Sue Helferich,
c/o Hochschule Darmstadt, Mediacampus
Max-Planck-Straße 2, 64807 Dieburg

Telefon: +49 6151 16-39337
pia-sue.helferich@h-da.de

<http://kommunikation-mittelstand.digital>



h_da

HOCHSCHULE DARMSTADT
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ikum

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATION
UND MEDIEN