

■ In dieser Ausgabe möchte ich für einmal nur auf zwei Trends im 2012 eingehen. Zum einen auf die Social Media. Keine Angst, nicht schon wieder ein Artikel, der das Hohelied auf die Social Media singt. Nein, ich möchte mich sehr kritisch damit auseinandersetzen. Zum anderen werden die Tablets immer stärker von Amazon & Co. gepusht und mittlerweile sogar schon im Aldi verkauft. Dieser Trend ruft auch die Softwareanbieter und Contentproduzenten auf den Plan. Schwergewichte wie Yahoo! und Google bringen ihre eigenen virtuellen Kioske in Form von speziell entwickelten Apps und der Kooperation mit vielen Verlagen und Newsagenturen. Letztlich ist Content immer noch King, aber man braucht auch die richtige Hard- und Software, um diese kostengünstig und attraktiv verbreiten zu können.

Social Media: 2012 wird das Jahr der Ernüchterung

Nicht nur die Handelszeitung hat sich kürzlich mit dem Artikel über «Social Müdia» kritisch auseinandergesetzt. Nein, einige Hinweise von ermüdenden Werbetreibenden zeigen mir, dass die Ernüchterung von Social-Media-Marketing zunimmt.

Der Leser weiss, dass ich mich mit Social Media sehr kritisch auseinandersetze und immer erwähne, dass «zwei Seelen ach in meiner Brust wohnten». Einerseits sehe ich die guten Dinge, aber auch, mit Verlaub gesagt, den Schrott, der dort produziert wird. Jede Firma meint derzeit, sie müsste nun unbedingt eine Facebook-Seite aufbauen. Nun ist aber die Seite da, oft mit viel Budget aufgebaut, und erst dann überlegt man sich, was man hier soll. Dann werden die ersten kritischen Beiträge oder Kommentare publiziert und man schweigt sie tot, weil man nie gelernt hat, mit offener Kritik umzugehen.

Dann kommt noch der Umstand hinzu, dass es immer mehr selbst ernannte Social-Media-Experten gibt, wobei die Betonung auf «selbst ernannt» liegt. Den Vogel schoss kürzlich einer meiner Kontakte in XING ab, der sich dort «Effizienz-Experte Nr. 1 im

deutschsprachigen Raum und Social-Media-Experte» nennt. Bis 2007 hat er – notabene – noch Versicherungen verkauft. Der Trend liegt eben darin, dem Trend zu folgen. Ironie des Schicksals: Ohne dass er mich kennt, möchte er mir unbedingt ein Webinar für Social-Media-Marketing verkaufen.

Es gibt sie, die wirklichen Online-Marketing-Experten. Auch in der Schweiz haben wir einige. Ich möchte hier nur die wichtigsten nennen: Blogwerk, MySign, Xeit, Serranetga, INM oder Goldbach. Kaufen Sie die Leistungen hier in der Schweiz ein, auch wenn der Eurokurs günstig wäre. Sonst erliegen Sie vielleicht der Verkaufskompetenz eines selbst ernannten Social-Media-Experten, der bis vor Kurzem noch andere Leistungen verkaufte, die aber nicht mehr im Trend liegen. Es ergeht Ihnen sonst wie einem meiner Bekannten, der eine neue, völlig unbekannte Online-Plattform für Gutscheine aufbaute und nur mit Social Media vermarkten wollte und erst merkte, als er das Budget verbraucht hatte, dass er zu wenig Käufer für seine Gutscheine generieren konnte. Dazu hatte ihm ein selbst ernannter Social-Media-Experte geraten. Der Kunde ist sein Geld los und der «Experte» um eine Erfahrung reicher.

Nein, ich habe wirklich nichts gegen Social-Media-Marketing, höchstens gegen das Wort Marketing im Begriff. Social Media sind in erster Linie Dialog und Kommunikation und erst in zweiter Linie Marketing.

Die digitalen Kioske kommen

Es ist ein starker Trend von gedruckten hin zu digitalisierten Inhalten wie einem Tablet oder Handy klar erkennbar. Unterscheiden muss man zwischen der Hardware, der Software (App) und den Contentproduzenten.

Tablets

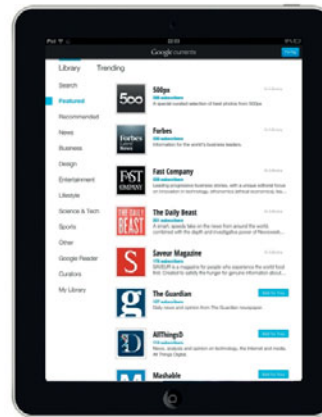
Bei der Hardware sind gemäss einer Umfrage der Internet World Business Tablets noch kaum verbreitet und werden nur kurz genutzt. Gerade mal 37 Prozent der User verfügen bisher über einen entsprechenden Flachrechner. Den Trend hin zu Tablets bestä-

tigten die Verkaufszahlen von Amazon: Der Kindle von Amazon entwickelt sich nicht zuletzt dank des Modells «Kindle Fire» zu einem Verkaufsschlager. In drei Wochen sind im November/Dezember 2011 jeweils mehr als eine Million Kindles verkauft worden.

Und wenn sogar Aldi seit dem 8.12.11 sein Medion LifeTab für 399 Franken verkauft, dann muss man von einem Trend sprechen.

Virtuelle Kioske von Google und Yahoo! dank Apps

Google lanciert mit seinem neuesten Produkt Current eine Tablet-Zeitung und bringt damit eine App für die Plattformen iPad und iPhone (iOS) und logischerweise Android. Bei Currents handelt es sich um ein digitales Magazin, das sich der Inhalte von rund 150 Publikationen bedient und dabei an die populäre App Flipboard erinnert. Im Gegensatz zu Flipboard werden aber keine sozialen Netzwerke als Inhalte-Filter verwendet. Das Angebot kann zudem vom Nutzer selbst um beliebige RSS-Feeds erweitert werden. Currents kann auch automatisch Inhalte anzeigen, die den Nutzer interessieren könnten – das Ganze auf mobile Endgeräte optimiert. Offenbar geht es Google unter anderem darum zu zeigen, wie eine Zeitung auf Smartphones und Tablets aussehen kann. Currents ist derzeit nur in den USA erhältlich.



Google Currents (Quelle: <http://www.google.com/producer/currents>, Bild: ifrick.ch)

Yahoo bringt mit Livestand (livestand.com) einen virtuellen Zeitungskiosk. Dort werden seit Mitte November 2011 Nachrich-

ten-Apps für Tablets und Smartphones angeboten. Yahoo! generiert die Inhalte über Partnerschaften und kooperiert dabei über 100 Nachrichten Anbietern und Verlagen. Die Themenvielfalt erstreckt sich über Finanzen, Sport, Technik und Freizeit. Die Anwendung versteht sich als moderner Kiosk, der mitdenkt, denn Livestand lernt vom Nutzer. Je öfter die App genutzt wird, desto individueller und personalisierter wird das Angebot – passgenau auf die Bedürfnisse der Leser abgestimmt.



Yahoo! Livestand (Quelle: www.livestand.com)

Google und Yahoo wollen damit dem erfolgreichen Modell von Flipboard Konkurrenz machen. Der Social Reader Flipboard hat sich als ein erfolgreiches Modell erwiesen: Das Unternehmen beendete im April 2011 eine Finanzierungsrunde, bei der Flipboard auf 200 Millionen US-Dollar bewertet wurde. Mittlerweile ist es ja auch nicht mehr hochkomplex, eine Tablet App zu erstellen. Spherix aus St.Gallen bietet eine Anwendung an, bei der man aus einem PDF innert einer Stunde eine iPad App erstellen kann (spherix.ch).

Content

Für die Apps braucht es aber neben der Hardware auch die Contentproduzenten oder -lieferanten. Nachrichtenagenturen oder Verlage gehen immer mehr dazu über, ihre Inhalte derzeit ein zweites Mal zu verwerten, indem sie diese auf einer App anbieten. So bietet nun auch MK eine App fürs iPad an. ■



Jörg Eugster (www.eugster.info) ist Online-Marketing-Experte, Unternehmensberater für E-Business-Strategien und betreibt das Online-Marketing-Wiki [wifimaku \(wifimaku.com\)](http://wifimaku.com).