

## Mund-zu-Mund-Propaganda 2.0

Seit jeher werden Erfahrungen von der Mutter zur Tochter, vom Vater an den Sohn weitergegeben. Lebensweisheiten tauscht man in der Familie aus. Einkaufstipps verrät man guten Freunden oder Kollegen. Und neu entdeckte Restaurants werden gern Interessierten aus dem Bekanntenkreis empfohlen. Das war schon vor Hunderten Jahren so – und daran wird sich mit Sicherheit auch in Zukunft nichts ändern. Was sich allerdings bereits geändert hat, ist unser Familien-, Freundes- und Kollegenkreis. Er ist größer geworden. Und das nicht etwa, weil wir plötzlich unsere Mittagspausen viel häufiger in geselliger Runde verbringen, nach Feierabend regelmäßig zum After-Work gehen und am Wochenende gesellschaftliche Events besuchen. Es sind vielmehr Xing, Facebook, Twitter & Co., die einen – mittlerweile nicht mehr ganz unbedeutenden – Teil unseres Lebens bestimmen.

Zumindest wenn es um Empfehlungen bzw. Nutzerbeurteilungen – die sogenannten „Words of Mouth“ – geht, nehmen virtuelle Kontakte inzwischen einen größeren Stellenwert ein als reale Freunde. Schlichtweg wegen ihrer Quantität und der permanenten Erreichbarkeit. Zu knapp 60 solcher digitalen Freunde halten wir regelmäßig Kontakt – und ziehen sie auch vor Kaufentscheidungen gern zu Rate. Wir lesen ihre Produktbeurteilungen, lassen uns von ihren Kommentaren und Favoritenlisten leiten. Das bringt Mehrwert für den Konsumenten – eröffnet aber vor allem auch Unternehmen ganz neue Möglichkeiten für ihr Marketing. Ohne Web 2.0 geht fast nichts mehr. Erfahrungsaustausch über Social Media kommt ein immer größerer Stellenwert zu. Ein Trend, den Firmen – vom Einzelkaufmann bis zum Weltkonzern – geschickt für ihre Zwecke nutzen können. Allerdings nur, wenn sie dabei authentisch bleiben! Wie das gelingt und wie man Web 2.0 erfolgreich in seine Kommunikationsstrategie einbindet, lesen Sie in unserem Titelthema ab Seite 18.

Doch nicht nur für die Werbung ist das Web 2.0 entscheidend. Social Media verändert unzählige Lebens- und Arbeitsbereiche – und sogar jeden Einzelnen von uns, zum Beispiel in unserem Kommunikationsverhalten. Paradebei-

spiel dafür sind die vielen Digital Natives, die gerade auf den Arbeitsmarkt drängen – mit neuen Ansichten und dem dringenden Bedürfnis, ihr Wissen zu teilen. Doch dabei stoßen sie noch häufig an die Grenzen der bisher etablierten Unternehmenswelt. Wie sich „Alt“ und „Neu“ vereinen und die kollektive Intelligenz erfahrener Mitarbeiter und innovativer Digital Natives nutzen lässt, beschreibt Frau Prof. Swetlana Franken ab Seite 10.

Gemeinsam mit der Donau-Universität Krems veranstalten wir am 8. und 9. Mai 2012 die 1. Kremser Wissensmanagement-Tage. Auch bei dieser hochkarätig besetzten Konferenz geht es um die Web-2.0-Einflüsse auf unseren unternehmerischen Alltag. Das ausführliche Programm finden Sie unter [www.wima-krems.at](http://www.wima-krems.at). Schauen Sie doch gleich einmal vorbei. Als „Abonnent“ von Wissensmanagement können Sie sich sogar bis zu 100 € Rabatt auf das 2-Tages-Ticket sichern.



Ihr

Oliver Lehnert