

# Workshops „Social Media Aktivitäten in der Industrie“

Welche Bedeutung hat Social Media für Industrieunternehmen? Kann und sollte Social Media in die bisherigen Marketingaktivitäten eingebunden werden? Diese und andere Fragestellungen haben die Studierenden des 6. Semesters BWL-Industrie (IN08) im Vertiefungsfach Marketing vor dem Hintergrund der Integrierten Kommunikation bearbeitet. Damit das nicht nur „theoretisch“ passiert, hat Prof. Dr. Seon-Su Kim Industrieunternehmen eingeladen, sich im Rahmen von Workshops zu beteiligen.



Die Unternehmen stehen derzeit vor sehr unterschiedlichen Fragen und Herausforderungen im Kontext von Social Media.

Zum Beispiel wurde gefragt, welche Chancen und Risiken das Web 2.0 für ein Automobilzulieferer bietet. Auch die Frage nach der Nutzung von facebook für die konkrete Kundenansprache und den Kundendialog wurde gestellt.



Abb.: Teilnehmende Unternehmen

Für andere Unternehmen stand das Thema Personal- und Ausbildungsmarketing im Vordergrund. Auch hier reichte die Themenspannweite von der Erstellung eines strategischen Personalmarketing-Konzeptes über konkrete Ideen für das Ausbildungsmar-

keting bis hin zum Thema Social Media Guide für Mitarbeiter.

*„Wir sind sehr angetan von der professionellen, strukturierten und kreativen Herangehensweise der Studenten an die verschiedenen Aufgaben.“*

Heike Siegmeth, Leiterin Personal  
 Dagmar Alberti, Leiterin Marketing  
 Gemü Gebr. Müller Apparatebau GmbH & Co. KG

Ohne die vermeintliche „Betriebsblindheit“ haben die Studierenden neue Ansätze und konkrete Vorschläge entwickelt, die den Unternehmen frische Impulse gegeben und bereits vorhandene Ideen bestätigt haben. Darüber hinaus haben die Unternehmensvertreter insbesondere die strukturierte Vorgehensweise bei der Bearbeitung und Präsentation gelobt. Dieses Feedback der anwesenden Führungskräfte und Entscheider bestätigt, wie kompetent die Studierenden der DHBW Mosbach Theorie und Praxis miteinander verknüpfen können.

Ein durchgängiges Ergebnis der Workshops ist die Erkenntnis, dass

für Industrieunternehmen derzeit nicht alle Social Media Aktivitäten gleichermaßen sinnvoll sind, jedoch die Chancen von Social Media zumindest analysiert und geprüft werden sollten.

*„Social Media wird immer mehr genutzt, egal ob die Unternehmen dabei sind oder nicht.“*

Entscheidend sind hier vor allem, die Bearbeitung der „Marketing-Hausaufgaben“, wie zum Beispiel eine klar definierte Strategie und Zielgruppenorientierung, eine systematische Vorgehensweise, vernetztes Denken, eine Einschätzung des Ressourcenaufwandes sowie eine kritische Abwägung von Chancen und Risiken – wie man es im Studium gelernt hat.

„Alle Beteiligten haben von den Workshops profitiert. Die Unternehmen haben neue kreative Ideen bekommen und die Studierenden konnten Ihre Fähigkeiten und Marketingwissen auf reale Fälle anwenden.“ so das positive Fazit von Prof. Dr. Seon-Su Kim.

#### Kontaktdaten:

Prof. Dr. Seon-Su Kim  
 DHBW Mosbach / BWL-Industrie  
 Telefon: 06261-939-111

E-Mail: [kim@dhbw-mosbach.de](mailto:kim@dhbw-mosbach.de)  
 Web: [www.dhbw-mosbach.de/industrie](http://www.dhbw-mosbach.de/industrie)  
 Facebook: [www.facebook.com/dhbwmosbachindustrie](http://www.facebook.com/dhbwmosbachindustrie)