

28.11.2014

Die neuen Medien im Mittelpunkt

Wirtschaftsclub Bad Oeynhausen informiert sich über Facebook und Twitter

■ **Bad Oeynhausen (nw).** „Sind wir auf der Höhe der Zeit?“ Mit dieser Frage begrüßt Sparkassenvorstand Hans-Jürgen Nolting 35 Mitglieder und Gäste des Wirtschaftsclubs in der Stadtparkasse. Zur Beantwortung dieser Frage stand Florian Demaku von der mecodia GmbH, der sich auf Medienpädagogik spezialisiert hat, bereit.

„Wir beobachten in den letzten Jahren in vielen Lebensbereichen eine immer stärkere Digitalisierung und dieser Trend beschleunigt sich zusehends“, schildert Demaku die Situation. Im Privatbereich wird dies durch mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets angetrieben.

Seit 2013 werden weit mehr Smartphones und Tablets verkauft als herkömmliche Computer und Notebooks. Dies begünstigt die Verbreitung von Social-Media wie Facebook, Twitter und Co. Viele Social-Media-Dienste richten sich an jugendliche Nutzer. Diese Generation nutzt die neuen Medien besonders intensiv.

Der Begriff FOMO („Fear of

missing out“ oder „Die Angst, etwas zu verpassen“) beschreibt die erste Social-Media-Krankheit durch den ständigen Konsum mobiler Medien.

Viele Social-Media-Dienste kommen aus den USA und bringen Probleme beim Datenschutz mit sich. „Ob Facebook

oder Whats App, die Daten und die Privatsphäre der Nutzer sind nicht sicher. Das muss man beachten, wenn Urlaubsvideos und Partyfotos verschickt werden. Denn das Netz vergisst nichts“, gibt Demaku zu bedenken.

Dennoch gibt es in nahezu

allen Branchen viele sinnvolle Anwendungsmöglichkeiten für Social-Media, die sich in kreative Werbeaktionen, gute Blogs und Webseiten zeigen. Dabei kommt es immer auf die richtige Kombination von Kanälen, Ideen und Inhalten an.

„Der Handwerksbetrieb Fieber (fliesenfieber.de) steigerte seinen Umsatz durch einen gekonnten Webauftritt deutlich“, nennt Demaku als positives Beispiel. Auch in vielen anderen Bereichen treten Social- und Mobildienste in Konkurrenz mit bestehenden Angeboten, sei es bei Taxen, Mietwohnungen oder individualisiertes Fernsehen. „Alles in Allem bleibt die digitale Entwicklung spannend und wird unser Leben weiter beeinflussen“, fasst Demaku zusammen.

Am Ende beantwortet Alfred Dalpke, Vorsitzender des Wirtschaftsclubs, die Anfangsfrage: „Ich glaube, wir sind im Wirtschaftsclub auf der Höhe der Zeit. Jedoch bedarf es guter Ideen und kontinuierlicher Anstrengungen, um auf der Höhe zu bleiben.“



Gastgeber und Referent: Jörg Kemminer (v. l.), Alfred Dalpke, Florian Demaku, Hans-Jürgen Nolting, Kay-Uwe Schneider. FOTO: PRIVAT