

---

# veb.ch goes Social Media

---

Wie können Unternehmen Social Media erfolgreich in ihre Marketing- und Kommunikationsaktivitäten integrieren? Mit dieser Frage beschäftigt sich veb.ch seit längerer Zeit. Anhand einer Konzeptarbeit wurde der Frage auf den Grund gegangen und erste strategische Ansätze definiert.

---



Stephanie Federle

Im Hinblick auf die Herausforderungen, die der Trend zur Digitalisierung mit sich bringt, will veb.ch die sozialen Medien in die Kommunikations- und Marketingaktivitäten integrieren und sie mit den bisherigen, klassischen Massnahmen abstimmen. Dabei verfolgt der

Verband das Ziel, durch Social

Media noch mehr die Bedürfnisse der Mitglieder abzudecken. Im Rahmen meiner Weiterbildung «Digital Marketing» an der ZHAW in Winterthur habe ich mich mit Social Media beschäftigt. Meine Konzeptarbeit setzte sich mit der Frage auseinander, wie Social Media im Unternehmen für externe Marketingzwecke genutzt werden kann.

Dieser Artikel befasst sich mit dem praktischen Teil der Konzeptarbeit, in dem zehn Mitglieder des Verbands befragt wurden. Ziel der Interviews war es, das Bedürfnis der Mitglieder von veb.ch im Hinblick auf ihre Nutzung von Social Media sowie ihre Einstellung bezüglich eines Social Media Auftritts des Verbandes zu eruieren. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, dass sie verschiedenen Alters- und Berufsgruppen angehören. Die Interviewpartner sind zwischen 25 und 60 Jahre alt und beruflich als Treuhänder, Wirtschaftsprüfer, CFO, Steuerberater, als Fachfrau/Fachmann im Finanz- und Rechnungswesen sowie als diplomierte Experten in Rechnungswesen und Controlling tätig.

Auf die Frage, was die Mitglieder von Social Media im Allgemeinen halten, beschrieben die Befragten Social Media als positiv für die Pflege des eigenen Netzwerkes, als «wertvoll» oder als «nice to have». Beinahe alle Mitglieder haben sich auch negativ geäußert, zum Beispiel in Bezug auf Social Media als Zeitfresser. Von den zehn befragten Mitgliedern nutzen gleich viele LinkedIn (7 Nennungen) und die Plattform Xing (7 Nennungen), gefolgt von Facebook

(5 Nennungen) und Twitter (2 Nennungen). Eine Person hat keinen eigenen Social Media Account. Drei von zehn Mitgliedern nutzen Social Media täglich, die anderen sind einmal pro Woche oder noch seltener auf den Plattformen. Der Frage, was die Mitglieder davon halten, wenn veb.ch auf Social Media aktiv wäre, stehen sechs Personen wohlwollend gegenüber. Sie würden das Angebot sicher nutzen oder sie empfänden es als positiv.

## «Content is King»

Bei der Frage, welche Themen veb.ch publizieren soll, antworteten die meisten mit Fachthemen wie Neuigkeiten aus dem politischen und regulatorischen Umfeld, Gesetzesänderungen sowie Themen über Steuern, Sozialversicherungen, Rechnungslegung und Controlling. Gewünscht wurden auch Informationen zu Weiterbildungen. Bei der Frage, ob sie via Social Media Feedbacks zu Seminaren und Lehrgängen geben würden, gaben vier Mitglieder an, dass sie diese Möglichkeit nutzen würden. Zwei Personen würden Feedback-Umfragen via Mail oder Internetplattform begrüßen. Bei der Frage, wie regelmässig veb.ch etwas veröffentlichen soll, wurde am meisten genannt: «Nur wenn es Neuigkeiten oder aktuelle Ereignisse gibt». Die befragten Mitglieder empfehlen, einmal monatlich oder zwei- bis dreimal im Monat etwas zu veröffentlichen.

Die Ergebnisse dieser Konzeptarbeit bestätigen den Verband darin, Social Media für seine Aktivitäten zu nutzen. Die Schwierigkeit ist jedoch, regelmässig Substantielles aus der Branche zu veröffentlichen. Es ist deshalb essentiell, einen langfristigen Redaktionsplan zu erstellen, damit die einzelnen Plattformen regelmässig neuen und interessanten Content erhalten.

---

Stephanie Federle, Leiterin Marketing und Kommunikation veb.ch, PR-Fachfrau, dipl. Journalistin maz, [stephanie.federle@veb.ch](mailto:stephanie.federle@veb.ch)