

## Twitter

Folgende **Kommunikationsziele** können B2B-Unternehmen mit einem Twitter-Profil verfolgen:

- ▶ Schnelle Verbreitung von prägnanten Inhalten und Neuigkeiten
- ▶ Direkter Austausch mit anderen Nutzern, also auch (potenziellen) Geschäftspartnern
- ▶ Generierung von Erkenntnissen durch Interessenten-Feedback

### Vorteile

- ✓ Möglichkeit Interessenten auf neue Waren oder bevorstehende Messen hinzuweisen
- ✓ Mit einem integrierten Link auf die eigene Webseite verweisen, welche weitere, ausführlichere Informationen bereithält und dort so den Verkehr erhöhen
- ✓ Möglichkeit, ein Bild, Video oder eine Umfrage einzubinden; so kann ein B2B-Unternehmen beispielsweise neue Maschinen präsentieren oder seine Kunden in Entscheidungen einbeziehen (zum Beispiel „Welchen neuen Service wünschen Sie sich von uns?“)
- ✓ Sogenannte Hashtags (#) erhöhen die Chance, dass Interessenten Beiträge wahrnehmen, da nach diesen gesucht werden kann
- ✓ Unternehmen können durch Twitter auf Tweets von Kunden antworten und somit den Kundenservice erweitern

### ALLES AUF EINEN BLICK

**Gründung:**  
2006

**Nutzer Deutschland:**  
12 Millionen (Stand 2016)

**Nutzer weltweit:**  
313 Millionen (Stand 2016)

**Plattformtyp:**  
Kurznachrichtendienst, B2B und B2C

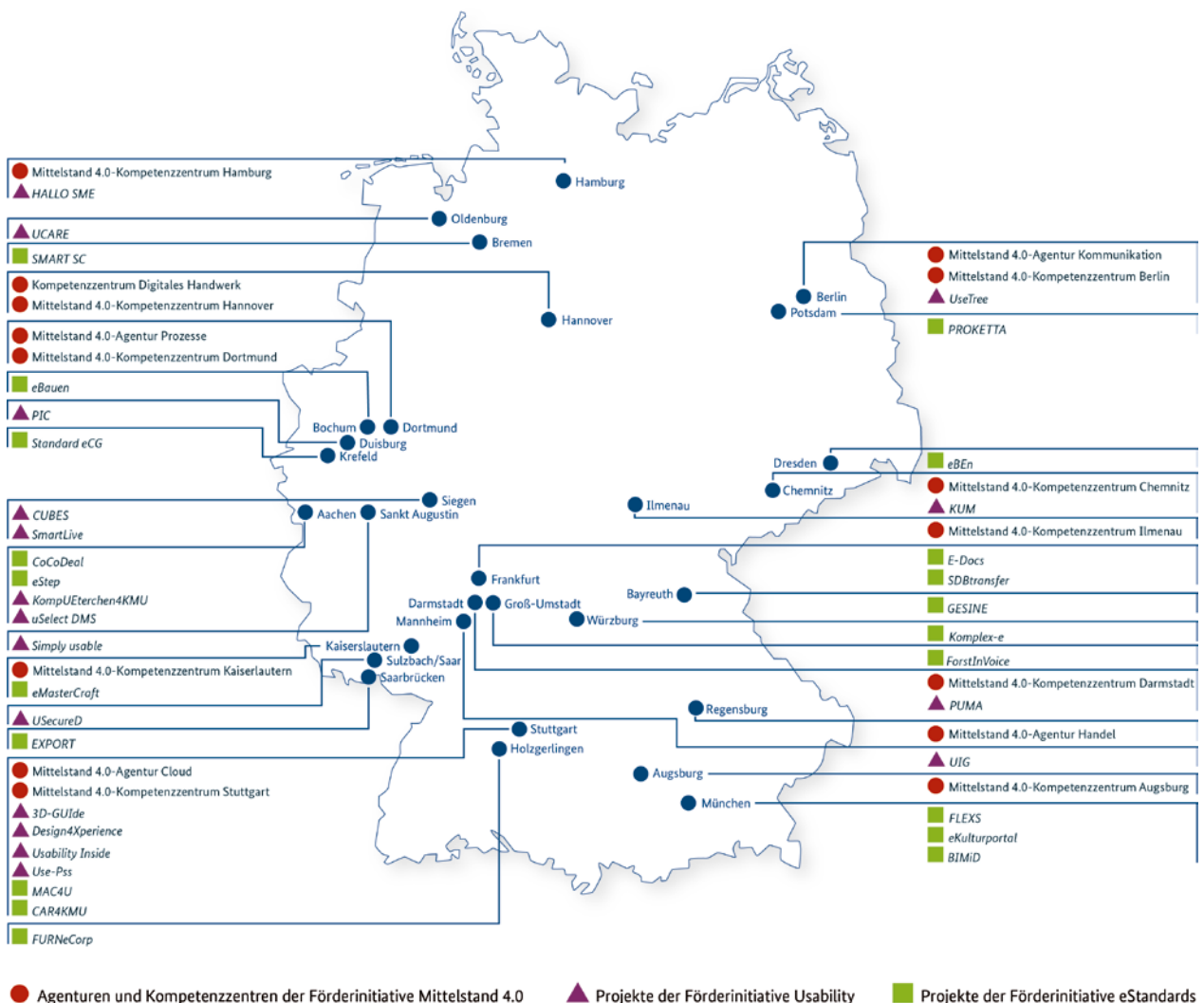
### Herausforderungen

- ! Komplexe Inhalte müssen auf wenige Zeichen heruntergebrochen werden, daher ist oft eine Verlinkung zur Unternehmenswebseite oder Ähnlichem wichtig
- ! Einarbeitung in die spezielle Sprache (Nutzung von Hashtags und Verlinkung von anderen Accounts) ist notwendig
- ! Twitter ist ein besonders schnelllebiges Netzwerk, daher sollten Unternehmen
  - ▶ schnell auf Tweets reagieren,
  - ▶ vergleichsweise häufig (täglich) posten und
  - ▶ Aufmerksamkeit mit Beiträgen generieren, da Twitter-Nutzer viele Tweets in schneller Abfolge auf ihrem Profil angezeigt bekommen und einzelne Beiträge schnell übersehen werden können (generell gilt hier der Grundsatz: „Ein Bild sagt oft mehr als 140 Zeichen“)
- ! Unternehmen sind nicht nur für selbsterstellte Inhalte, sondern auch für wiederverwertete Inhalte von anderen Seiten verantwortlich – und somit auch haftbar
- ! Nutzer gibt die Rechte über die hochgeladenen Inhalte an Twitter ab

# Über Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse

In der Förderinitiative „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“ werden bundesweit Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren, ein Kompetenzzentrum Digitales Handwerk und vier Mittelstand 4.0-Agenturen im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert.

Der Förderschwerpunkt unterstützt Unternehmen beim intelligenten Einsatz von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und stärkt damit ihre Wettbewerbsfähigkeit. „Mittelstand-Digital“ setzt sich zusammen aus den Förderinitiativen „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“, „eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“ und „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“.



Twitter ist eine von mehreren Social-Media-Plattformen, die Sie nutzen können. Sie möchten mehr erfahren? Informieren Sie sich mit unserem Leitfaden „**Social Media für kleine und mittlere B2B-Unternehmen**“.

Kostenfreier Download und weitere Informationen unter

[www.handel-mittelstand.digital](http://www.handel-mittelstand.digital)  
[www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)

