



Abstract

Prof. Dr. Gernold P. Frank

Fachhochschule Technik und Wirtschaft Berlin

Image für die Unbekannten: Virales Marketing mit Web 2.0

Jeder kennt die jährlich veröffentlichten Listen der Unternehmen mit den meisten `visits` beispielsweise von HochschulabsolventInnen. Die Reihenfolge der dort genannten Unternehmen wechselt zwar durchaus, jedoch tauchen nur sehr selten neue Unternehmen in den top 20 auf.

Genau das aber ist das zentrale Problem aller Unternehmen, die nicht so im Mittelpunkt des täglichen Interesses stehen: mittelgroße und eventuell sogar als `hidden champion` gehandelte oder auch etwas kleinere Unternehmen sind unbekannt für die Masse der Hochschulabsolventen. Und für die große Menge der kleinen Unternehmen sind `Fremdbesuche` auf ihren Unternehmenspages fast eine Seltenheit.

Notwendig ist ein Personalmarketingkonzept, das genau dies auch berücksichtigt. Web 2.0-Elemente bieten neue, preiswerte Wege mit hoher Attraktivität und virales Marketing kann selbst KMU zu neuer Bekanntheit verhelfen.