

Facebook, Instagram oder Pinterest – welche Plattformen sind in Zukunft für Unternehmen und deren Kunden relevant?



Es ist immer einfacher, „Likes zu Umsatz zu machen“. Je nach Art des Unternehmens, also ob Dienstleistungen oder Produkte angeboten werden, gibt es hier natürlich Abstufungen.

Facebook ist vor allem für den B-to-C-Bereich hervorragend geeignet. Immerhin loggen sich gut 35 Millionen Deutsche täglich auf Facebook ein – eine gigantische Masse an potenziellen Konsumenten. Produkte lassen sich über Facebook gut an die Frau und an den Mann bringen. Hier gibt es diverse Möglichkeiten – zum Beispiel Facebook Ads.

Viele Unternehmen scheuen sich vor negativen Bewertungen oder Kommentaren. Doch diese Angst ist unbegründet. Wenn ich einen Kunden nicht ganz zufriedenstellen kann, dann ist es doch besser, dass ich es so erfahre. Denn so kann ein Rabatt oder Gutschein mögliche Fehler wieder ausbügeln. Und über die Facebook Ads kann man als Unternehmer ganz gezielt und regional bestimmte Personengruppen ansprechen.

Im Gegensatz zu Facebook, wo alle Altersgruppen vertreten sind, nutzen Instagram vor allem jüngere Menschen. Das Bildernetzwerk war im vergangenen Jahr so etwas wie

der „Shootingstar“ der sozialen Kanäle. Im Gegensatz zu Facebook und Pinterest ist es nur mobil nutzbar. Unternehmer und Privatpersonen sind gleichgestellt: Ein Unternehmen muss sich also wie eine Person verhalten. Durch die reine Darstellung in Bildern und Bildunterschriften vermittelt diese Plattform einen Stil oder die Ausrichtung einer Firma. Es geht um Authentizität – und nicht um reine Produktbilder. Seit Herbst 2015 gibt es eine Möglichkeit für Werbung – Instagram Ads. Hier ist es sicher ratsam, möglichst bald einzusteigen. Die Klickpreise sind – noch – recht niedrig.

Pinterest ist vor allem für die Vernetzung sehr gut geeignet. Diese virtuelle Pinnwand ermöglicht beispielsweise Online-Shop-Betreibern ihre Produktfotos zu zeigen, indem sie „pinnbar“ sind. Pinnt ein User zum Beispiel ein Brautkleid aus einem Shop auf ihre Pinnwand, macht sie ihr Netzwerk darauf aufmerksam, mögliche neue Kunden sind gewonnen. Mode, Einrichtung, Reisen, Do it yourself und Beauty sind die Themen, die auf Pinterest relevant sind.

Patrick Pietruck und Sebastian Look, Geschäftsführer der web-netz GmbH

Was werden die Trendfarben des Sommers und die modischen Must-Haves?

Die Mode im kommenden Jahr wird beeinflusst durch eine Tendenz zur Nachhaltigkeit und damit verbunden liegt ein starker Fokus auf Qualität und Haptik, der auch die Farbgebung der Mode beeinflusst. In 2016 geht es um eine edle und reiche Farbwelt, die die Produktaussage unterstreicht. So wird Farbe im nächsten Jahr ein wichtiger Faktor bleiben, der gekonnt inszeniert wird in den neuen Trendfarben wie Salbei, Kiwi, Himbeer, Papaya oder Passionsfrucht und dunklem Kirschrot.

Generell bleiben bei Business Outfits alle Blauschattierungen wie zum Beispiel Mittelblau, Preußisch Blau, Royal Blau oder Azurblau weiterhin stark im Trend. Silber- und Grautöne und vor allem Schwarz gelten als neue Trendfarben und gewin-

nen neben Blautönen immer mehr an Bedeutung. Als Gegensatz zu den dunkleren Farbnuancen werden farbliche Akzente in tiefroten und grünen Farbigkeiten unter anderem über das Hemd, über Einstecktücher, Krawatten und auch Socken gesetzt.

Minimal-Musterungen, 3-D-Strukturen bis hin zu modernen Checks bestimmen das Musterungsbild des Anzugs in einer schlanken Silhouette. Als modisches Highlight ist die Drei-Knopf-Sakko-Form wieder zurück und wird kombiniert zu einer schlanken Hose mit dezenter kleiner Bundfalte und Umschlag für einen neuen Anzug-Look. Dazu werden gerne neue Edel-Sneaker getragen.

Sascha A. Klumpp, Creative Director des Herrenausstatters Roy Robson

„Trendfarben 2016 sind unter anderem Salbei, Kiwi, Himbeer und Papaya.“

