

**Börse** Der DAX schloss gestern zum fünften Mal in Folge im Plus. Der Leitindex stieg um 0,28 Prozent auf 6310 Punkte Seite 24

**Online** Internetnetzwerke wie Facebook erreichen immer mehr Nutzer. Die beliebtesten Kommunikationsplattformen im Netz [Abendblatt.de/netzwerk](#)

# Auf Kundenfang per Facebook

Nicht nur Privatleute, auch **Hamburger Firmen** präsentieren sich im Social Web – wie das Traditionsunternehmen Barkassen Meyer

NINA PAULSEN

HAMBURG :: Wenn Hubert Neubacher im Büro an seinem Schreibtisch sitzt und aus dem Fenster schaut, dann sieht er ziemlich häufig ziemlich große Schiffe. Zuletzt das TV-Traumschiff MS „Deutschland“, davor die „Queen Mary II“ oder das Segelschulschiff „Gorch Fock“. Seit einiger Zeit ist sein erster Reflex dann der Griff zu seinem Handy. Schnell macht er mit der Kamera ein Foto und lädt es nur Sekunden später bei Facebook hoch. „Um den Usern ein richtiges Hamburg-Gefühl zu vermitteln“, wie er sagt. Zwar ist der 38-jährige Neubacher wie die meisten anderen Nutzer auch als Privatmann bei dem sozialen Netzwerk angemeldet, seit einiger Zeit allerdings auch als Geschäftsmann. Er ist Leiter von Barkassen Meyer, eines Traditionsunternehmens direkt am Hafen, das seit 91 Jahren durch die Hamburger Gewässer schippert – und jetzt auch eine eigene Fanseite bei Facebook hat.

**Vor allem geht es um direkten Dialog, Marken- und Imagepflege**

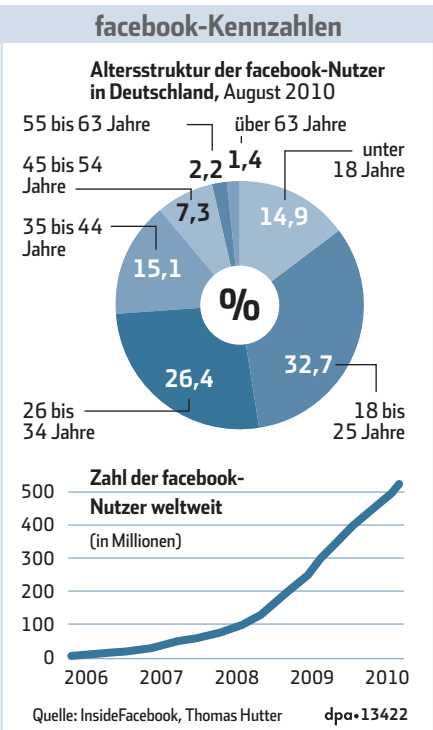
„Das macht die Kommunikation mit den Kunden leichter. Vor allem aber macht es richtig viel Spaß“, sagt Neubacher. Rund 195 „Fans“ hat die Seite von Barkassen Meyer – Nutzer also, die die Statusnachrichten des Unternehmens lesen können, wenn sie die Seite aufrufen. So erfahren sie von Hubert Neubacher, welche Veranstaltungen geplant sind, welche Prominente an Bord waren oder einfach nur, wenn gerade ein großes Schiff an seinem Bürofenster vorbeigefahren ist. „Die Leute sollen nicht nur Werbung bekommen, sondern auch sehen, was im Hafen los ist.“ Weil vor allem junge Leute bis Mitte 30 bei Facebook angemeldet sind, hofft Neubacher, so vor allem auch sie mit der Fanseite zu erreichen (s. Grafik). „Tradition spielt bei uns zwar eine große Rolle, aber es ist doch toll, wenn man das mit den modernen Medien verbinden kann.“

## Asiaten trauen sich bei Facebook mehr als Deutsche

**Deutsche bei Facebook:** Die Bundesbürger sind im Schnitt 3,1 Stunden pro Woche in Netzwerken wie Facebook oder LinkedIn unterwegs – deutlich weniger als Bürger anderer Nationen. Das ergab eine Studie des Marktforschungsinstituts TNS Infratest. Nur 61 Prozent der befragten deutschen Nutzer surfen täglich im Web.

**Die Welt bei Facebook:** Menschen in Schwellenländern sind im Netz laut der Studie deutlich mitteilsamer als Nutzer in Industriestaaten. In Thailand haben bereits 92 Prozent der Online-nutzer Fotos in Netzwerken wie Facebook oder MySpace eingestellt, in Malaysia 88 Prozent. In Deutschland wagen das bislang nur 48 Prozent der User.

**Panne bei Facebook:** Das Anmeldeverfahren bei dem Onlinenetzwerk lässt sich so leicht austricksen, dass der bekannte US-Blogger Michael Arrington sich für Google-Chef Eric Schmidt ausgeben konnte. Damit gewann er YouTube-Gründer Chad Hurley und Facebook-PR-Chef Elliot Schrage als virtuelle „Freunde“. (dpa)



Tatsächlich ist Facebook längst nicht mehr nur ein Netzwerk, in dem sich Privatleute miteinander austauschen, sondern mittlerweile auch eine immer wichtigere Werbe- und Kommunikationsplattform für Unternehmen. Der Wirtschaftswissenschaftler Alexander Nicolai von der Uni Oldenburg hat mit der Werbeagentur konstruktiv untersucht, wie Deutschlands größte Marken nicht nur in Social Networks, sondern auch bei dem Kurznachrichtendienst Twitter, dem Videoportal YouTube und ähnlichen Plattformen im Internet aufgestellt sind.

Das Ergebnis: 60 der 100 untersuchten Firmen nutzen diese Möglichkeiten bereits, darunter auch die Hamburger Unternehmen Tchibo, Fielmann, Panasonic oder Knorr. Aber auch viele Mittelständler und Kleinbetriebe wie Barkassen Meyer entdecken Facebook und Co. für ihre Geschäftszwecke. „Die Gründe sind dabei oft sehr unter-

schiedlich“, sagt Nicolai. „Manche Unternehmen suchen gezielt den Dialog mit ihren Kunden, anderen geht es vor allem um Marken- und Imagepflege.“ Wieder andere, wie beispielsweise die Lufthansa, würden einen konkreten Nutzwert mit den sozialen Netzwerken verbinden. „Beispielsweise durch die Meldung von Verspätungen oder Flugausfällen“, so Nicolai.

**Die Kaifu-Lodge setzt vor allem auf Kommunikation mit Fotos und Videos**

Das Eimsbüttler Fitnesscenter Kaifu-Lodge beispielsweise ist bei Facebook und Twitter aktiv. „Die Community, die dort unterwegs ist, überschneidet sich stark mit unserer Zielgruppe“, sagt Marketingmanagerin Carola Kippenberger. „Außerdem lässt sich so sehr gut mit Fotos und Videos kommunizieren.“ Arne Suckfüll, geschäftsführender Gesellschafter des Restaurants IndoChina an der Elbe, sieht einen klaren Vorteil darin, „dass die Kommunikation in beide Richtungen erfolgt und wir das Feedback der Nutzer direkt aufnehmen können. 4391 Fans hat sein Restaurant bei Facebook, die Kaifu-Lodge 1555. Versandhändler Otto, der ebenfalls seinen Sitz in Hamburg hat, hat bereits 18 289 Fans gesammelt. „Otto nutzt verschiedene Social-Media-Plattformen, um mit Kunden und Interessenten zu kommunizieren – direkt, authentisch und auf Augenhöhe“, so Thomas Voigt, Direktor Wirtschaftspolitik und Kommunikation der Otto Group. „Die Kommunikation mit den Lesern, Fans und Followern zeigt uns, was sie beschäftigt, was sie sich wünschen.“

**Auch für Kleinbetriebe ist Facebook sinnvoll**

Auch gehe es darum, neue Zielgruppen auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. „Außerdem sprechen wir so auch potenzielle neue Mitarbeiter an, indem wir uns als Arbeitgeber präsentieren und Einblicke in das Unternehmen geben“, so Voigt.

Experte Nicolai bemängelt jedoch, dass noch zu wenig Einzelhändler die Möglichkeiten von Social Media für sich nutzen. Auch Ulf Kalkmann, Geschäftsführer der Fachverbände des Hamburger Einzelhandels (FHE), stellt fest, „dass die Chancen von Facebook und Twitter bei vielen unserer Mitglieder noch immer nicht angekommen ist“. Selbst für Kleinbetriebe könne diese Kommunikation sinnvoll sein. „Wenn sich ein Chef selbst nicht in den Social Networks auskennt, kann er sich auch von unseren Spezialisten entsprechend schulen lassen“, so Kalkmann.

Trotz der großen Chancen warnt Nicolai auch vor Risiken – vor allem vor der deutlich niedrigeren Kontrollierbarkeit des Informationsflusses. „Wenn ein Produkt schlecht ist, spricht sich das bei Facebook richtig schnell rum.“



Hubert Neubacher hat seine Barkassen ins Social Web gebracht. Foto: Patrick Lux

## KOMMENTAR

### Wenn Theorie auf Wirklichkeit trifft

OLAF PREUSS

:: Nachdem er 100 Stellengesuche ohne Ergebnis verschickt hat, weiß jeder gut qualifizierte Bewerber, dass der Arbeitsmarkt nicht funktioniert. Vor allem dann, wenn ein Verbandsvertreter abends in den Fernsehnachrichten über Fachkräftemangel in eben derselben Branche klagt.

Wozu eigentlich braucht man die Wirtschaftswissenschaften? Oft genug setzt diese Disziplin Theorien in die Welt, die der Realität nicht standhalten. Etwa die grundlegende Annahme, dass sich Angebot und Nachfrage selbst finden. Die drei diesjährigen Träger des Nobelpreises für Ökonomie allerdings haben beschrieben, warum dies auf vielen Märkten wie dem Arbeitsmarkt nicht so ist. Insofern rücken sie ihre eigene Zunft zumindest näher an die Wirklichkeit heran.

Viele Leistungen, die in den verschiedenen Disziplinen mit dem Nobelpreis dekoriert werden, bleiben für normale Menschen mysteriös: Was hat die Lebensspanne der Stubenfliege mit Fortschritten in der Medizinforschung zu tun? Wie realitätsnah sind neue Erkenntnisse über gekrümmte Zeiträume in der Physik? Was hat Barack Obama für den Weltfrieden getan?

Die Ökonomie hat einen großen Nachteil gegenüber den Naturwissenschaften. Aus dem, was sie beschreibt, lassen sich keine Gesetzmäßigkeiten für künftige Ereignisse ableiten. Die Physik ist in ihrer Eindeutigkeit das Maß der Dinge. Ökonomisches Handeln aber wird von Politik und Zufällen ebenso bestimmt wie von Irrationalität. Gesunder Menschenverstand – man erinnere die Weltwirtschaftskrise – ist daher durch keine ökonomische Theorie zu ersetzen.

Seite 26 Wenn es am Arbeitsmarkt klemmt

## KARSTADT

### Thomas Fox bleibt auch 2011 im Amt

ESSEN :: Der Manager Thomas Fox hat sich mit dem neuen Karstadt-Eigner Berggruen Holdings auf eine Vertragsverlängerung geeinigt. Fox, der Karstadt schon während der gesamten Insolvenzphase begleitet hatte, soll nach Abschluss der Sanierungsmaßnahmen die Gesamtleitung von Karstadt übernehmen. (dpa)

## EASYJET

### Billigflieger muss Millionen für Namensrechte zahlen

LONDON :: Die Billigfluggesellschaft Easyjet darf ihren Namen behalten, zahlt dem zyprischen Geschäftsmann Stelios Haji-Ioannou dafür aber im Gegenzug eine hohe Lizenzgebühr, wie das Unternehmen aus Luton mitteilte. Allein im ersten Jahr werden 4,5 Millionen Euro fällig. (dapd)

## DAIMLER

### C- und E-Klasse müssen wegen Lenkung in Werkstatt

MÜNCHEN :: Der Stuttgarter Autobauer ruft auch in Europa Fahrzeuge der C- und E-Klasse sowie den Geländewagen GLK wegen Problemen mit der Servolenkung in die Werkstätten. Die Probleme können bei Autos auftreten, die zwischen dem 25. Mai 2009 und 17. Februar 2010 produziert wurden. Die betroffenen Kfz-Halter würden in Kürze angeschrieben. (dpa)

## Industrie warnt vor weltweit drohender Rohstoffknappheit

BERLIN :: Für die deutsche Industrie wird die Versorgung mit Rohstoffen zunehmend zum Problem. In der Folge drohe der Industrie eine Rohstofflücke, mahnt der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Werner Schnappauf. „Ohne eine sichere, verlässliche und bezahlbare Rohstoffversorgung ist eine Produktion im Industrieland Deutschland nicht vorstellbar.“ Die Sicherung der Rohstoffversorgung sei daher ein „zentrales Zukunftsanliegen“.

Gerade Zukunftsfelder wie die Elektromobilität, die Medizintechnik und die erneuerbaren Energien seien von der drohenden Rohstoffknappheit betroffen. So kontrollierten derzeit drei Anbieter 70 Prozent des weltweiten Ei-

senerzhandels und hätten drastische Preiserhöhungen durchgesetzt.

Ferner kauften einige Länder systematisch Rohstofflager in anderen Ländern auf. Darüber hinaus beschränkten etliche Länder die Rohstoffausfuhr mit zusätzlichen Zöllen. Beispielsweise stamme das Metall Neodym, das für starke Magnete etwa bei Elektromotoren benötigt werde, zu 97 Prozent aus China. Zudem ist China laut BDI auch bei sogenannten Seltenen Erden fast Monopolist. Für diese Stoffe habe das Land die Ausfuhren stark begrenzt. Die Quoten für 2010 seien ausgeschöpft und es drohten Engpässe für die Industrie. Weltweit seien laut EU-Kommission mehr als 400 Rohstoffe von Exportbeschränkungen betroffen. (dapd)

## Yuan erklimmt Rekordhoch

USA üben weiterhin **Druck auf China** gegen die künstliche Unterbewertung ihrer Währung aus

WASHINGTON/PEKING :: Die USA wollen im Währungsstreit mit China nicht lockerlassen. Washington werde versuchen, den Druck auf Peking weiter zu verstärken, sagte ein US-Regierungsbeamter dem „Wall Street Journal“. Zu vor waren Beratungen von Finanzministern und Notenbankchefs in der US-Hauptstadt ohne Aussicht auf eine rasche Entspannung in den Auseinandersetzungen um künstlich niedrig gehaltene Wechselkurse zu Ende gegangen.

Die USA seien froh gewesen, dass das Thema bei der Jahrestagung von Internationalem Währungsfonds und Weltbank sowie den Beratungen der G7-Finanzminister und Zentralbankchefs ganz oben gestanden habe. Man habe auch das Gefühl, dass China rea-

giere. Allerdings sei weiterer Druck nötig, damit Peking keine Kehrtwende einleite. So erreichte die chinesische Währung gestern bereits den höchsten Stand seit Beginn der Wechselkursreform vor mehr als fünf Jahren. Die Zentralbank legte den Kurs des Yuan mit 6,6732 gegenüber dem US-Dollar fest.

**Niedriger Wechselkurs verschafft China Handelsvorteile im Export**

Die USA werfen China dennoch vor, die Währung künstlich unterzubewerten, um seine Exporte zu verbilligen und sich dadurch unfaire Handelsvorteile zu verschaffen. Zentralbankchef Zhou Xiaochuan lehnte jedoch Forderungen nach einer schnelleren Aufwertung ab. Die Wechselkursreform werde

nur schrittweise erfolgen, sagte Zhou. Im Westen werde westliche Medizin bevorzugt, die „schnell und drastisch“ wirke, während Chinesen traditionelle Medizin vorzögen, die langsamer anspreche und den verschiedenen Kräutern mehr Zeit gebe, um Wirkung zu zeigen. Die Handhabung des Yuan sei eine „komplizierte Kunst“. Es müssten Inflation, Arbeitslosigkeit, das Bruttoinlandsprodukt und die Leistungsbilanz berücksichtigt werden.

Einen Monat vor dem G20-Gipfeltreffen in Seoul mahnte unterdessen der Gastgeber Südkorea eine Einigung im internationalen Streit um die Wechselkurse an. Präsident Lee Myung Bak warnte vor negativen Folgen für die globale Wirtschaft. (dpa)

30%

20%

10%

50%

30%

Nur bis Donnerstag:

Herbst-Special

Bis zu 50% Rabatt sichern!

airberlin.com

Your Airline.

\*Gilt für ausgewählte Flüge. Der %-Rabatt bezieht sich auf den Flugpreis inkl. Kerosinzuschlag sowie Steuern und Gebühren; jedoch nicht auf die jeweils anfallende Ticket-Service-Charge. Buchungszentrum: 12. - 14. Oktober 2010. Reisezeitraum: November 2010 - Januar 2011.