
Social Media & Investor Relations - Chancen und Herausforderungen für die moderne Finanzkommunikation

DIRK Jahreskonferenz 2010

Frankfurt a.M., 18.05.2010

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher



**Geschäftsführung
Managing Partner**
Thorsten Greiten



**IR Manager
Retail Investors**
Andrea Wentscher

NetFederation GmbH
Sürther Hauptstraße 180 B
50999 Köln

Fon: (+49) (0) 2236 / 3936-6
E-Mail: thorsten.greiten@net-federation.de
Twitter: NetFed

BASF SE
Investor Relations
67056 Ludwigshafen

Fon: (+49) (0) 621 / 60-48230
E-Mail: andrea.wentscher@basf.com
Twitter: BASF_IR

- Die Entwicklung der Online IR am Beispiel BASF
- Die tägliche Arbeit des Online IR Managers
- Was heißt Social Media? Unterschied Web 1.0 und Web 2.0
- Aktuelle Entwicklungen im Web 2.0
- Entwicklung der Finanzkommunikation in den letzten 10 Jahren
- Kanäle der Zielgruppen
- Fragestellungen einer Social Media Strategie für IR
- Praxisbeispiele
- Chancen durch IR 2.0
- Herausforderungen in der Organisation
- Keep it simple! Die Nutzung von Twitter für IR.

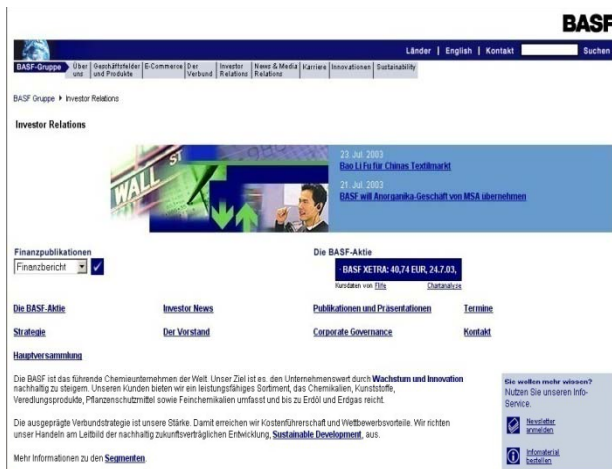
Die Entwicklung des Online Mediums am Beispiel der BASF Website

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher



- 1996-2003:
Eindimensionale Unternehmensbroschüre
- 2004-2009:
Informationsportal
- 2010:
Dialog & Netzwerk

Jährlich

- Aktualisierung der Website mit Informationen aus dem Finanzbericht (z.B. Kennzahlen, Strategie, Corporate Governance etc.)
- Überlegungen zur Weiterentwicklung des Auftritts anhand der allgemeinen IR-Strategie

Monatlich / Quartalsweise

- Update der Website mit Hilfe der Quartalsberichte
- Vorbereitung von Sonderseiten für die Berichterstattung, Investor Days oder Analystenkonferenzen
- Änderungen in Satzung, Anzahl der Aktien etc.
- Struktur und Aktualität der Startseite: Themen, Banner, Tag Cloud etc.
- Erstellung von Webstatistiken: Besucher, Zugriffe, Favoriten, Top Downloads, Suchbegriffe, Länder, Zielgruppen etc.

Täglich

- Gibt es Pressemeldungen, Podcasts oder neue Informationen?
- Gibt das Management der BASF Interviews?
- Sind neue Präsentationen verfügbar?
- Gibt es rechtliche Anforderungen, welche wir erfüllen müssen?
z.B. Directors Dealings oder Stimmrechtsmeldungen?
- Gibt es Änderungen im Analystenkonsens?
- schnelle Reaktion auf Broken Links oder Problemen mit Tools
- Newsletter und RSS Feeds usw. koordinieren und kontrollieren
- Social Media: z.B. Twitter

Was bedeutet Social Media?

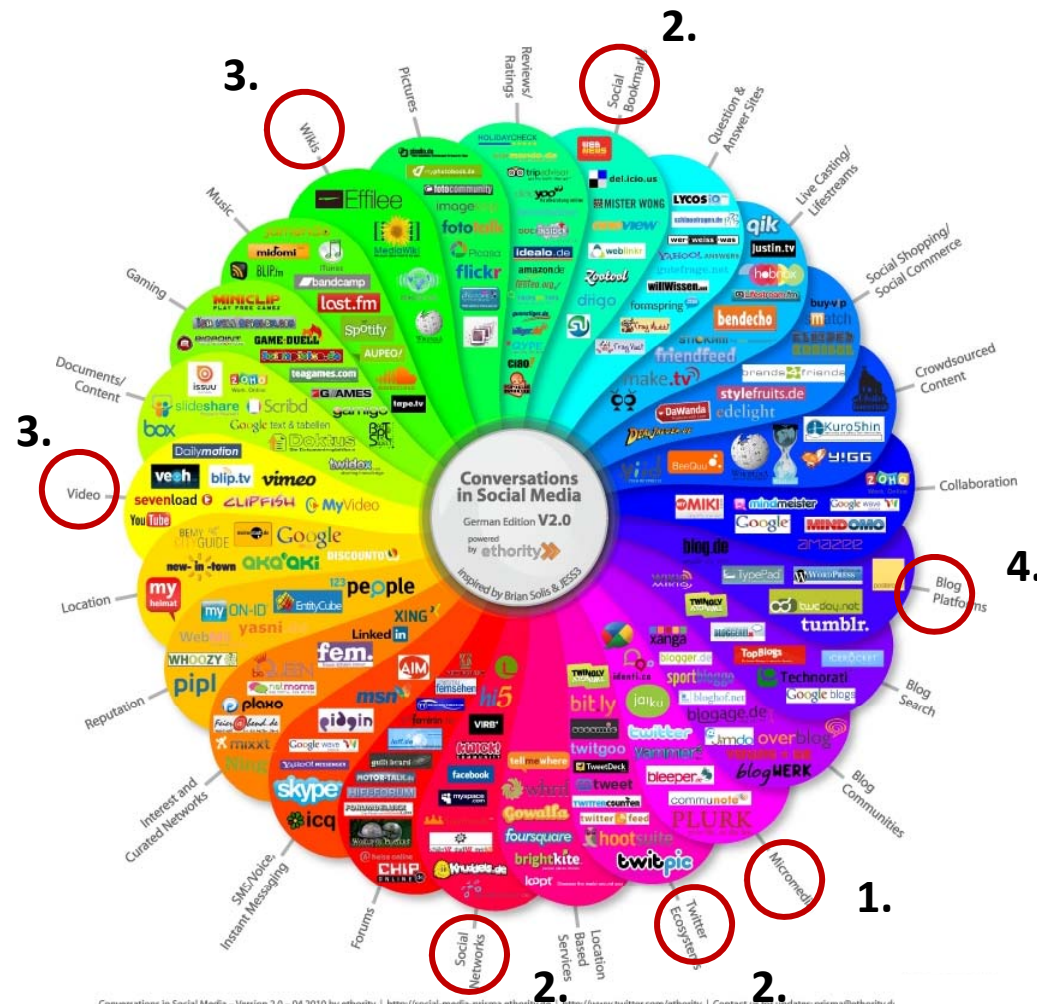
Die Unterschiede zwischen Web 1.0 und Web 2.0

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher



Conversations in Social Media - Version 2.0 - 04.2010 by ethority | <http://social-media-prisma.ethority.de/> | <http://www.twitter.com/ethority> | Contact us for updates: prisma@ethority.de

- Twitter
- Twitpic/Flickr
- Social Bookmarking
- Facebook
- Youtube
- Wikipedia
- Div. Blogs

- Quelle: ethority
- <http://www.ethority.de/weblog/social-media-prisma/>

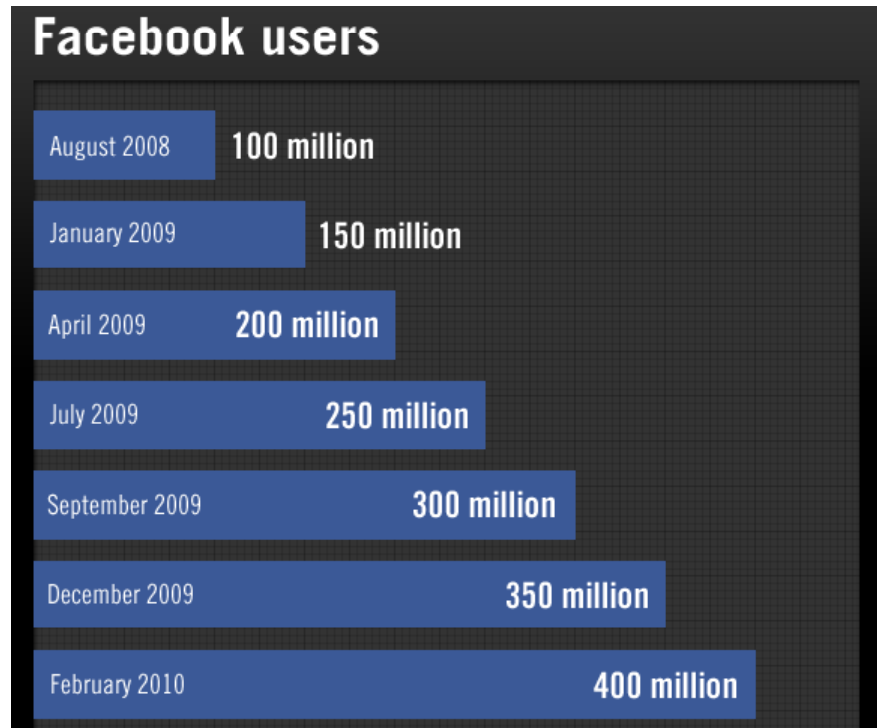
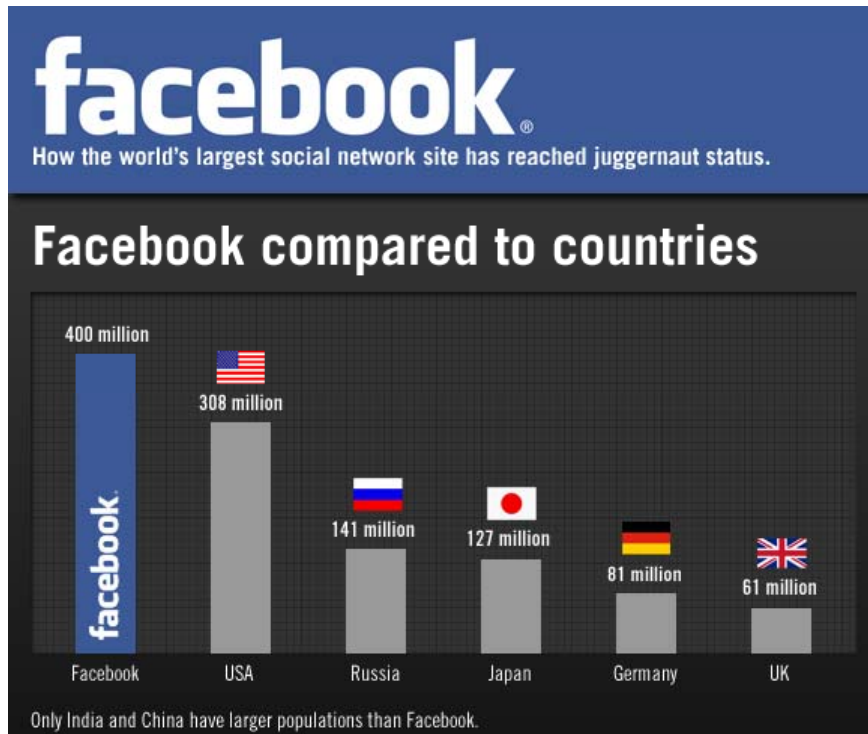
Web 1.0	Web 2.0
Audience	Community
Broadcast	Conversation
Traditional Media	Social Media

▪ „Firework Display“

▪ „Campfire Conversation“

- Die „**Sitzordnung**“ des Publikums ändert sich
- Sender und **Empfänger** tauschen sich öffentlich aus.
- **Inhalte** werden an dezentral verteilten Stellen digital **generiert**.

- Quelle: Duane Hallock
- <http://duanehallock.com/2010/02/17/what-is-2-0-a-new-era-defined/>



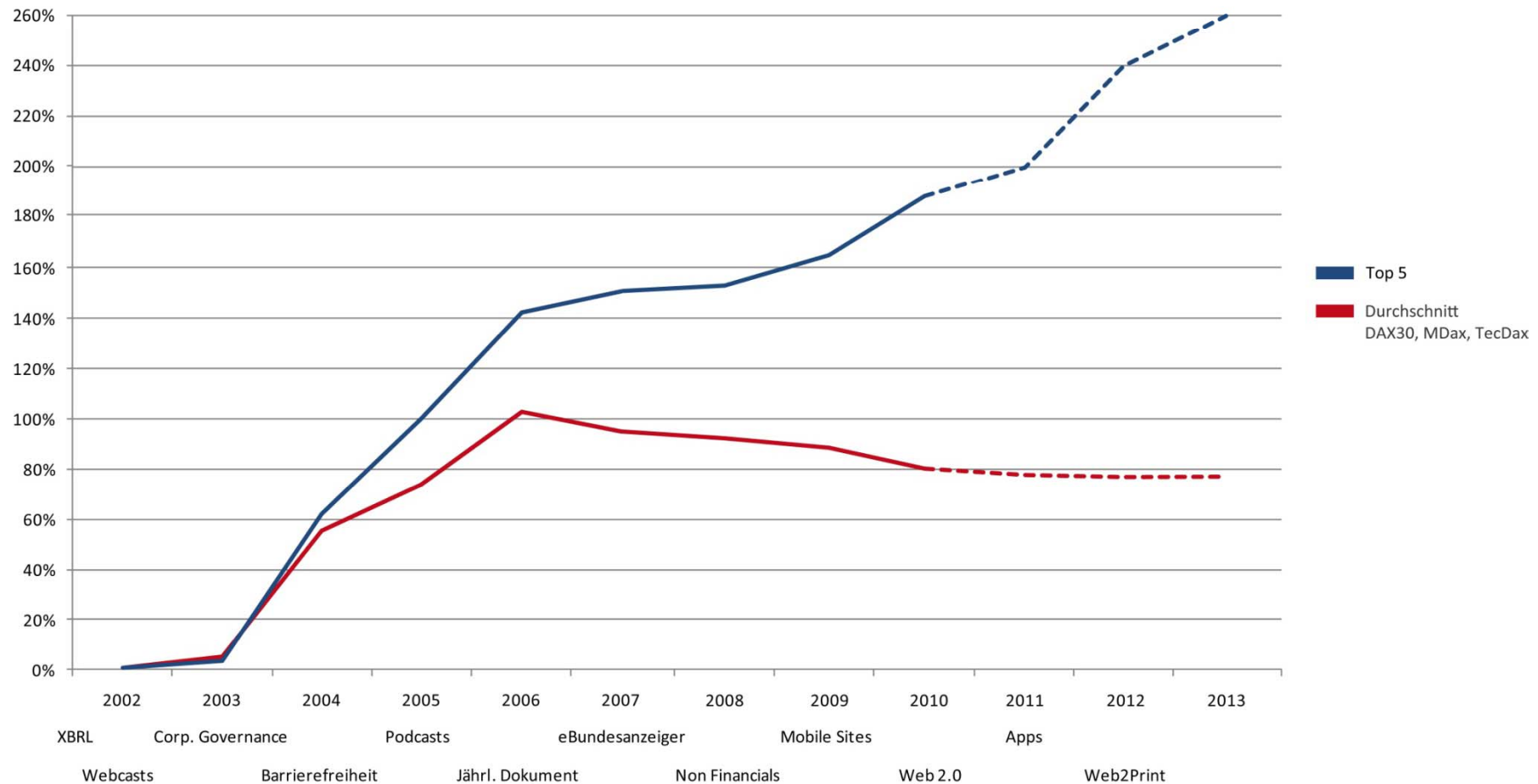
- Nur China und Indien haben mehr Einwohner als Facebook User, Facebook Mobile: 100 Mio. User
- Burson-Marsteller: 79% of 100 largest companies in the Fortune 500 use Twitter, Facebook, YouTube or corporate blogs to communicate with customers and other stakeholders

- Quelle: Pingdom Sweden
- <http://royal.pingdom.com/>
- Quelle: Burson-Marsteller
- <http://www.burson-marsteller.com/>

Entwicklung der Finanzkommunikation seit 2002

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten



- Quelle: NetFederation
- <http://www.net-federation.de>

- By **2014**, **social networking services** will replace **email** as the primary vehicle for interpersonal communications for 20% of business users.
 - By **2012**, over 50% of enterprises will use activity streams that **include microblogging**, but stand-alone enterprise microblogging will have less than 5% penetration.
 - Through **2012**, over 70% of IT-dominated **social media initiatives** will fail.
 - Within **five years**, 70% of collaboration and communications applications designed on PCs will be modeled after user experience lessons from **smartphone** collaboration applications.
- Social Networking ersetzt email
 - Twitter (o.ä.) wird zum Kommunikationsstandard
 - Viele aktuell laufende Projekte werden scheitern
 - „Smarte“ Anwendungen vereinfachen Usability und reduzieren Komplexität

- Gartner, Inc. (NYSE: IT) is the world's leading information technology research and advisory company.
- Source:
<http://www.gartner.com>

Welche Kanäle nutzen die IR Zielgruppen?

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher

Kanal	Privatanleger	Instit. Anleger	Analysten	Finanzmedien
Social Communities	★ ★ ★			★ ★
Blogs	★ ★ ★	★ ★		★ ★ ★
Wikis	★ ★			★
Audio/Video	★ ★ ★	★	★	★
Micromedia	★ ★	★ ★	★ ★	★ ★

- Quelle: eigene Darstellung in Anl. an Sitter/Schröder/Schiementz/Hartmann
- <http://www.slideshare.net/guest71780f/social-media-als-neue-instrumente-der-investor-relations-chancen-grenzen-und-perspektiven>

Fragestellungen zur Entwicklung einer IR-Social Media Strategie

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher

Voraussetzung: Vorstands-Entscheidung für ein Engagement in Social Media

Planung & Konzept

- Welche Ziele sollen verfolgt werden? Wie werden diese gemessen?
- Welchen Beitrag kann Social Media für die IR-Ziele leisten?
- Wen wollen wir erreichen?
- Welche Instrumente sind Teil eines klaren Konzeptes?
- Welche Kanäle werden in welcher Reihenfolge bedient?
- Wie stellen wir Transparenz und Glaubwürdigkeit sicher?
- Welche Organisationsteile müssen mit eingebunden werden?

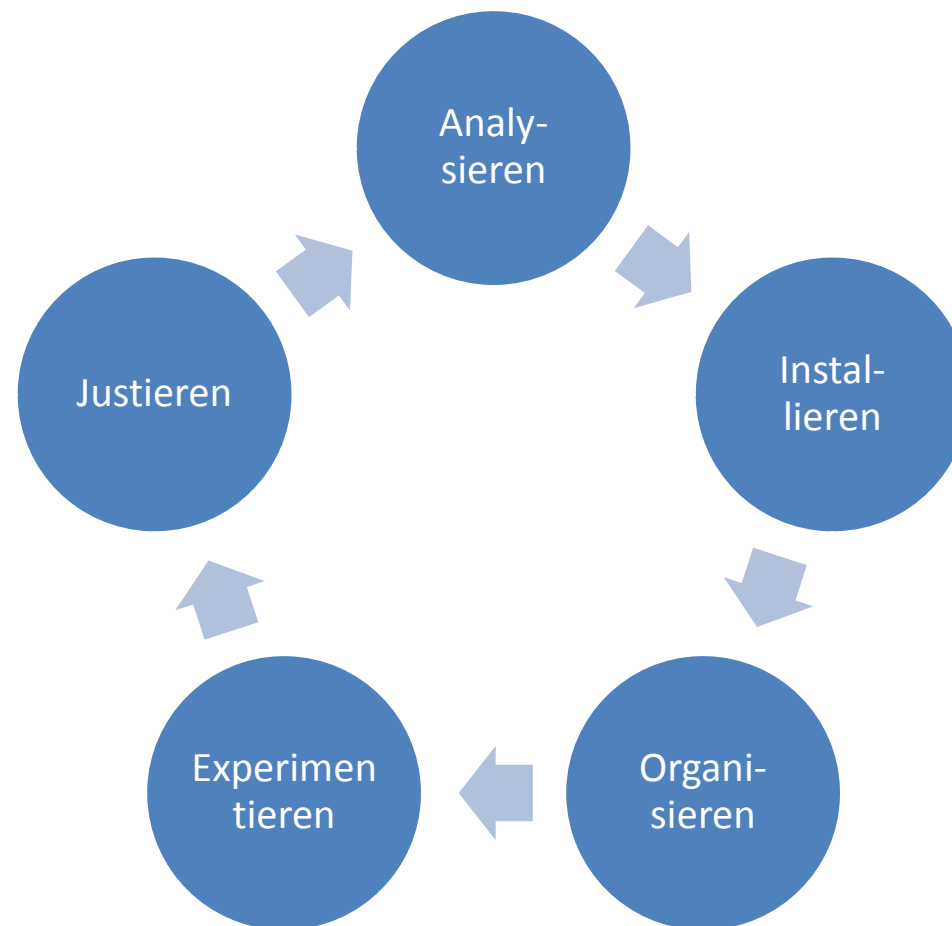
Voraussetzung: Vorstands-Entscheidung für ein Engagement in Social Media

Interne Organisation

- Existieren bereits Social Media Richtlinien?
- Welche Kanäle sind im Rahmen der IT-Struktur möglich?
- Wer darf kommunizieren, z.B. twittern? Wie viele Personen?
- Ist ein Training notwendig?
- Wie vermeiden wir Überadministration und lange Freigabeprozesse?
- Was passiert im Ernstfall „Krisenkommunikation“?

Social Media funktioniert nicht isoliert, sondern muss Bestandteil der Konzernkommunikation sein – nahe am Leitmedium Corporate Website, hier am Beispiel der BASF Accounts:

- **Social Bookmarking**
auf basf.com
- **Twitter**
BASF_IR, BASFKarriere, BASFCareer, BASF Asia, BASFAgro, com2science, carizzma
- **Facebook**
BASF career, BASF Asia Pacific, BASF Reactions, BASF Kids' Lab Hongkong
- **YouTube**
BASF Agro
- **Intranet 2.0**
Managementblogs und –chats für die interne Mitarbeiterkommunikation



Praxisbeispiele

NetFederation GmbH
Thorsten Greiten

BASF SE
Andrea Wentscher

BASF SE Investor Relations



BASF – The Chemical Company

BASF is the world's leading chemical company. We aim to constantly increase the value of our company by profitable growth and to remain the number one in chemistry.

Contact
Tel. +49 621 60-48230
E-Mail investorrelations@basf.com

Impressum / imprint
www.basf.com/impressum

Disclaimer

Our tweets include forward-looking statements e.g. future events or future financial performance that are subject to risks and uncertainties, including those pertaining to the anticipated benefits to be realized from the proposals described herein. BASF has based these forward-looking statements on its views with respect to these future events and financial performance only as of the date that they were made. Actual financial performance could differ materially from that projected in the forward-looking statements due to the inherent uncertainty of estimates, forecasts and projections. Given these uncertainties, readers should not put undue reliance on any forward-looking statements. BASF does not undertake any duty to update the forward-looking statements, and the estimates and assumptions associated with them, except to the extent required by applicable laws and regulations.

twitter

BASF_IR

[Follow](#) [Lists](#) [Settings](#)

#BASF shareholders approved all items on agenda by clear majority. 52.2% of share capital were represented, <http://bit.ly/9cbhqB>

10:42 AM Apr 29th via HootSuite

News Release: **#BASF** converts to registered shares, dividend of €1.70 to be paid out per share, <http://bit.ly/bf7ral>

8:44 AM Apr 29th via HootSuite

Check it out: **#BASF** Annual Meeting audience and Eggert Voscherau <http://twitpic.com/1jcvsd>

5:09 AM Apr 29th via Twitpic

Snapshot: Members for the Board of Executive Directors during **#BASF's** Annual Meeting <http://twitpic.com/1jcnqq>

4:36 AM Apr 29th via Twitpic

Foto of Dr. Juergen Hambrecht during his speech to the Annual Meeting <http://twitpic.com/1jchhx>

4:08 AM Apr 29th via Twitpic

Have a look: picture taken during the discussion of our Annual Meeting today <http://twitpic.com/1jcf00>

4:00 AM Apr 29th via Twitpic

Hambrecht: Thank you for your trust in BASF. And please continue to accompany and support us on the path to the future!

1:24 AM Apr 29th via HootSuite

Name BASF IR
Location Ludwigshafen am Rhein, Germany
Web <http://www.basf.d...>
Bio Latest BASF Investor Relations news and interesting topics

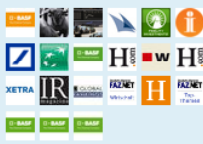
21 following 291 followers 27 listed

Tweets 140

Favorites

Actions
[block BASF_IR](#)
[report for spam](#)

Following



RSS feed of BASF_IR's tweets

DAIMLER

Uwe Knaus



Nitasha de Vries





[Home](#) [Profile](#) [Find People](#) [Settings](#) [Help](#) [Sign out](#)



Daimler

Follow
Lists
Settings

Jetzt erst mal wieder Pause. Bis zur nächsten Veranstaltung gibt es News von und über Daimler bei [@Daimler_News](#) Bis bald!

12:47 PM Apr 14th via web

So, das war's für heute...ich (@N_deV) verabschiede mich! #HV
<http://twitpic.com/1fiq22>

12:46 PM Apr 14th via Tweetie

Die Abstimmungsergebnisse der heutigen Hauptversammlung sind nun veröffentlicht <http://bit.ly/cXraZU> #HV

12:39 PM Apr 14th via web

Videoaufzeichnung der Eingangsreden <http://bit.ly/cGo5zq> #HV

12:23 PM Apr 14th via web

Schöne Fahrzeuge ziehen ein hohes Interesse auf sich #HV
<http://twitpic.com/1fj1gi>

5:41 AM Apr 14th via Tweetie

Der Ü-Wagen: Von hier aus geht das Bewegtbild der HV in die ganze Welt #HV <http://twitpic.com/1fizly>

5:32 AM Apr 14th via Tweetie

Hungern muss hier niemand #HV <http://twitpic.com/1fitce>

5:02 AM Apr 14th via Tweetie

Der Informationsstand von Daimler Financial Services #HV
<http://twitpic.com/1fiso9>

4:59 AM Apr 14th via Tweetie

Name Daimler AG

Location Stuttgart, Germany

Web <http://www.daimle...>

Bio Hier twittern Mitarbeiter aus dem Kommunikationsbereich der Daimler AG live von Veranstaltungen

2,531 following 2,873 followers 209 listed

Tweets 318

Favorites

Lists

[@Daimler/daimler-ag](#)

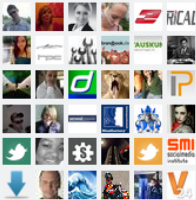
[View all](#)

Actions

[block Daimler](#)

[report for spam](#)

Following



[View all...](#)

[RSS feed of Daimler's tweets](#)

Guidelines

The screenshot shows the Daimler blog interface. Key elements include:

- Navigation Bar:** Startseite, Themen, Archiv, Über das Blog, Kommentarchancen, Kontakt.
- Main Article:** "08 Ausbildung zum Fertigungsmechaniker" dated 04.10.10. The article text discusses the author's experience with the apprenticeship program.
- Themen (Topics):** A section with three sub-sections: "Das Unternehmen", "Einblick & Karriere", and "Mercedes-Benz Cars".
- Other Articles:** "Kleiderspende für Obdachlose" and "Operation Leitplanke – Gemeinsam stark für die Umwelt".
- Right Sidebar:**
 - Abonnieren (Subscribe):** A section for RSS feed subscription.
 - Bookmarks und teilen (Bookmarks and share):** Social bookmarking links for Facebook, Twitter, and LinkedIn.
 - Unsere Themen (Our Topics):** A list of topics with a brief description.
 - Andere Besucher... (Other visitors...):** A section for discussing, liking, and rating the content.
 - Mehr aktuelle Kommentare (More recent comments):** A list of recent comments.
 - Aktuelles via Twitter (Latest via Twitter):** A section for Twitter updates.

RSS Feed Abonnement

Social Bookmarking

Diskutieren, Lesen, Bewerten

Einbindung Twitter

Tag Cloud

Mobile Version

<http://blog.daimler.de>



The Platform
Opinions and Insights from Cisco

Join the Conversation

- The Platform
- Channels
- Collaboration
- Data Center Networks
- Digital Consumer
- Digital Enterprise
- Evolution
- Emerging Countries
- High Tech Policy
- Innovation
- Inside Cisco IT
- Mobility
- Security
- SP500 Service Provider
- Virtual Environments
- Web Experience

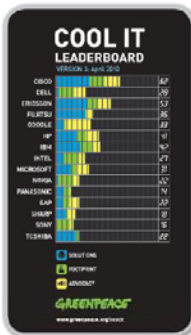
Cisco #1 on Greenpeace Ranking of IT companies

Today, [Greenpeace announced their "Cool IT Leaderboard"](#). Cisco is very proud to be listed as #1 on the Greenpeace Cool IT Leaderboard.

"Cisco vaults to the top of the Leaderboard, doubling its score from the previous version by demonstrating the effectiveness of its greenhouse emissions-saving solutions such as smart grid technology and office energy management." - Greenpeace

For more information on Greenpeace's rankings and on their "Cool IT" program, please visit: <http://www.greenpeace.org/coolit/>

The rankings:



Read More...

Posted by [John Earnhardt](#) at 01:37PM PST
[Permalink](#) [Comments \(0\)](#) [Trackback \(0\)](#)

[Share This](#) Tag: [#1 cool it green peace ranking](#)

Search

Posts Author

Go

Popular Tags

collaboration cisco telepresence video broadband education virtualization webex healthcare security wif cisco live data center chambers csr green innovation unified computing network technology management earnings interop john chambers australia f00 twitter cisco25 unified communications internet web 2.0 ceo acquisition davis smart grid

Related Links

RSS Feeds
Podcasts
News@Cisco

What We're Reading

Arx Technion
Gilbert Blog
GlobeOn
Layer 8
InfoWorld Daily
Silicon Valley Watcher
TechCrunch
TechMeme
What's Between the Lines
Research Tech Transfer Daily
NYTimes "Big" Blog
WSJ "Tech" Blog

Subscribe By Email (RSS)

More Cisco Talk

- Analyst Relations Insights
- Cisco Information Network
- High Performance Computing Networking
- Views for State/Local Leaders
- Sustainable Collaboration and Innovation
- The Truth About Marketing

Send Us Your Feedback

We'd love to hear from you. Let us know how we're doing and how we can make your experience here more enjoyable. We are always looking for ways to improve. (blogs-support@cisco.com)

Make Bold Moves
[What B2B Marketers Can Learn from B2C](#)

Most Commented
[Ideas For Elected Executives: Healthcare Transformation](#)
[Join the Conversation](#)
[Any value in Network Management?](#)
[MPLS Fortran Community Feedback Needed!](#)
[Insiders Guide to Cisco Care Certifications](#)



Analyst Relations Insights
Thoughts and Opinions on Industry Trends and Issues

Send Us Your Feedback

We'd love to hear from you. Let us know how we're doing and how we can make your experience here more enjoyable. We are always looking for ways to improve. (blogs-support@cisco.com)

Make Bold Moves
[What B2B Marketers Can Learn from B2C](#)

Most Commented
[Ideas For Elected Executives: Healthcare Transformation](#)
[Join the Conversation](#)
[Any value in Network Management?](#)
[MPLS Fortran Community Feedback Needed!](#)
[Insiders Guide to Cisco Care Certifications](#)

April 20, 2010

UCS + Vsphere = Win for Customers (and Channel Partners)

Cisco differentiates itself and drives unique customer value in its collaborative approach with its partners, channel and ecosystem. Case in point... at today's Cisco Partner Summit in San Francisco, we unveiled a channel partner initiative that expands the Cisco-VMware relationship under our open partner ecosystem strategy to address customer needs on their journey to building private clouds. Together, the integrated Cisco Unified Computing System and VMware vSphere solution is designed to reduce data center complexity, lower costs and enable a more flexible, agile IT service delivery model.

So what does this mean for our mutual channel partners? Cisco data center specialized and authorized to resell VMware solutions, will have access to new benefits, including solutions training, solution bundles, financial incentives, funding for virtualization assessments, online demo labs, market enablement and financing. A more empowered channel translates into a successful partner for our data center/virtualization customers.

Read More...

Posted by [Amal Nichols](#) at 05:41PM PST
[Permalink](#) [Comments \(0\)](#) [Trackback \(0\)](#)

[Share This](#) Tag: [cloud data center use virtualization](#)

April 27, 2010

Cisco Partner Summit 2010 Day One -Partners Encouraged to Make Bold Moves

As expected, the action didn't stop (but the rain did) today at Cisco Partner Summit 2010. News cycled from the SF Moscone Convention Center and partners seemed to like what they heard. The opening of the event was a virtual Keith Goodwin WW SVP on a high-speed bicycle traveling the globe on a journey exploring new ways to help channel partners accelerate. A big focus of Cisco Partner Summit is about enabling partners to grow and do things differently than what's been the "norm" to date...

Read More...

Posted by [Laura Irwin](#) at 10:22PM PST
[Permalink](#) [Comments \(0\)](#) [Trackback \(0\)](#)

[Share This](#) Tag: [channel partner summit partners](#)

Cisco Partner Summit 2010 Kicks Off

It's Day One of Cisco's WW Partner Summit 2010. This year we're in San Francisco, CA.

Archives

Choose a month...

consumer unified fabric datacenter security partners service provider innovation media solutions

The screenshot shows the Cisco Investor Relations website. It features a navigation bar with links like 'Solutions', 'Products & Services', 'Ordering', 'Support', 'Training & Events', and 'Partner Central'. The main content area includes a 'Welcome...' section with a video of a man, a 'Related Links' section with links to 'Company Overview', 'Cisco Technologies and Solutions', 'News@Cisco', 'Corporate Development', and 'Corporate Social Responsibility', and a 'Tool Box' section with links to 'Facebook', 'YouTube', 'Flickr', 'Blog - The Platform', 'Email Alerts', 'Share', and 'Briefcase'.

The screenshot shows the Cisco Facebook page. It features a navigation bar with links like 'Wall', 'Info', 'News', 'Twitter', 'YouTube', 'Blogs', and 'Create an Ad'. The main content area includes a 'Welcome to the Human network' section, a 'Greenpeace leads Cisco on climate, chides Google' news item, a 'Cisco Initiative Provides New Program Benefits for Channel Partners' announcement, and a 'Cisco Around the Web' section with links to various news items.

The screenshot shows the Cisco Greenpeace Cool IT Leaderboard. It features a navigation bar with links like 'Join the Conversation', 'The Platform', 'Greenpeace', 'Data Center Networks', 'Digital Consumer Engagement', 'Energy Sources', 'High Tech Policy', 'Innovation', 'Mobile', 'Security', 'Service Provider', 'Virtual Environments', and 'Web Experience'. The main content area includes a 'Cisco #1 on Greenpeace Ranking of IT companies' announcement, a 'Cool IT Leaderboard' chart, and a 'Cisco Around the Web' section with links to various news items.

The screenshot shows the CiscoSystems Twitter profile. It features a navigation bar with links like 'Home', 'Profile', 'Find People', 'Settings', and 'Help Sign out'. The main content area includes a 'Name' section with 'CiscoSystems', a 'Location' section with 'Silicon Valley', a 'Web' section with 'http://blogs.cisco.com', a 'Bio' section with 'Cisco News and info about Cisco, our CEO and execs. I am @umhart and am your tourguide on our official Twitter feed. Cisco Support @ http://www.cisco.com/tac', a 'Followers' section with '2,613 following 1,484 followers', a 'Tweets' section with '2,325', a 'Lists' section with '@CiscoSystems/cisco-twitter', a 'View all' link, an 'Actions' section with 'block CiscoSystems report for spam', a 'Following' section with a list of users, and a 'Videos' section with a video of John Chambers.

The screenshot shows a YouTube video titled 'John Chambers on Technology and Education'. It features a navigation bar with links like 'Suchen', 'Durchsuchen', 'Video hochladen', and 'Konto erstellen'. The main content area includes a video player showing John Chambers speaking, a 'Sign up for YouTube with your Facebook account' button, and a 'Mag ich' button.

The screenshot shows the Cisco Flickr photostream. It features a navigation bar with links like 'Suchen', 'Startseite', 'Die Tour', 'Registrieren', 'Entdecken', and 'Konto erstellen'. The main content area includes a 'Fotostream von Cisco Pics / Tags / chambers' section, a 'Was sind Tags?' section with a list of tags, and a 'Cisco TelePresence' section with a list of photos.

Chancen durch IR 2.0

NetFederation GmbH
Thorsten Greiten

BASF SE
Andrea Wentscher

Wovon können wir profitieren?

- **Dialog & Feedback**
Social Media bietet neue technologische Möglichkeiten, um im Dialog neue Zielgruppen zu erreichen und Feedback zu erhalten
- **Transparenz**
Einfacher und schneller (!) Zugriff aller Interessenten auf die gleichen Informationen
- **Zugriffszahlen & Monitoring**
Die Besucherzahlen auf der Website können signifikant gesteigert werden
- **Schneeballeffekt**
Wissen über die Firma wird schneller und weitläufiger verteilt als bisher, ebenso können Gerüchte schneller wahrgenommen werden.

Wovon können wir profitieren?

- **Direkte Ansprache**
Roadshows und OoOs werden weiterhin die wichtigsten Informationskanäle für IR bleiben, aber die Teilnehmer nutzen selber bereits neue Kommunikationskanäle
- **Image & Modernität**
Die Nutzung von Social Media hat einen positiven Einfluss auf das gesamte Firmenimage und strahlt in alle beteiligten Richtungen ab (z.B. HR). Neue, und auch jüngere Zielgruppen werden erreicht.
- **Alternative**
Ob wir aktiv sind oder nicht, das Web 2.0 ist Realität. In sozialen Netzwerken wird über unsere Unternehmen gesprochen. Wäre es nicht gut, wenn wir mitreden würden?

Herausforderungen in der Organisation

NetFederation GmbH

Thorsten Greiten

BASF SE

Andrea Wentscher

Welche Aspekte müssen im Vorfeld beachtet werden?

- **Governance?**
Juristische Aspekte werden unverändert stark berührt (z.B. Urheberrechte, Insiderwissen, Arbeitsrecht, Haftung etc.)
- **Competence & Ownership?**
Zuständigkeiten, Sprecherrollen und Kompetenzen müssen klar verteilt werden.
- **Corporate Culture?**
Kontroll- und Steuerungsfunktionen werden weitestgehend ausgesetzt.
- **Feedback & Speed?**
Events und Kommunikation rücken näher zusammen.
- **IT Compliance?**
Nicht alle Tools und Instrumente können oder dürfen verwendet werden.

Was ist zu tun?

- Frühzeitig Accounts sichern!
- Offiziell im Namen der IR twittern!
- Gesicht zeigen!
- Disclaimer einfügen!
- Mehrwert bieten statt Junk-Tweets produzieren!
- Am Ball bleiben – möglichst aktuell twittern!
- Vorhandene Informationen nutzen!
- Direkte Ansprache unter Beachtung der IR-Guidelines!
- Dialog führen – schnell reagieren!
- Kanäle vernetzen!
- Account promoten!
- Themen und Team organisieren!
- Erfolg messen!
- Social Media Guidelines erstellen oder ggf. ergänzen!

Wie kann der Kommunikationserfolg gemessen werden?

Monitoring

- Entwicklung Anzahl der Abonnenten / Follower / Fans
- Zahl konstruktiver Rückmeldungen / Reaktionen
- Zahl Retweets und Direct Messages
- Steigerung Besucherzahlen auf der Website
- Über Social Bookmarking empfohlene Informationen

- **Unterscheide Tools, Taktik & Strategie!**
Twitter, Facebook & Co, sind nur Instrumente oder Vehikel (!), die auch wieder verschwinden können. Einen Twitter Account zu besitzen ist keine Strategie. Was ist aus MySpace, Yahoo, Netcsape oder Second Life geworden?
- **Zentral: Aufbau und Pflege von Beziehungen!**
Die Strategie darf sich nicht an diesen einzelnen Kanälen orientieren. Vielmehr ist die zentrale Frage „Wie betreibe ich in Zukunft das **RELATIONS** in IR?“ Social Media ohne eigene „Corporate Social Culture“ kann nicht funktionieren und birgt enorme Risiken.
- **Die Zukunft ist hoch dynamisch und flexibel!**
Einzelne Kanäle werden sich noch stärker miteinander vernetzen, vermischen und sich neuer Technologien (Mobile Anwendungen, Apps, Videos,...) bedienen.



**Geschäftsführung
Managing Partner**
Thorsten Greiten



**IR Manager
Retail Investors**
Andrea Wentscher

NetFederation GmbH
Sürther Hauptstraße 180 B
50999 Köln

Fon: (+49) (0) 2236 / 3936-6
E-Mail: thorsten.greiten@net-federation.de
Twitter: NetFed

BASF SE
Investor Relations
67056 Ludwigshafen

Fon: (+49) (0) 621 / 60-48230
E-Mail: andrea.wentscher@basf.com
Twitter: BASF_IR