

Social Responsibility und Social Media

Wie verändern die beiden „Socials“ das
Kommunikationsverhalten von
Kunden und Unternehmen?

BAW Open House 2011 | München
Dr. Roland Kuntze
VP Corporate Communications | Telefónica Germany



Telefónica

Alles Social, oder was?



Social Commerce

Social Web

Social Media

Social Network

Social
Revolution

Social Bookmark

Social Responsibility

Social Campaigning

Social Software

Social Tagging

Social Skills

These 1: Das gab's schon immer



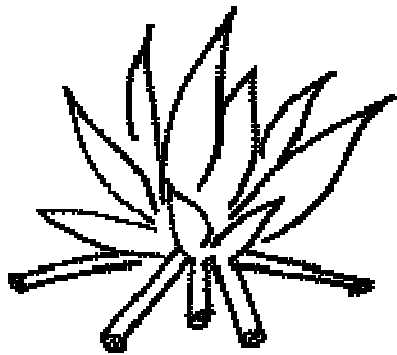
twitter



These 2: Früher galt „Tue Gutes“. Heute gilt „Und rede darüber“



These 3: Unser geändertes Kommunikationsverhalten ist der Grund dafür



Persönlicher Austausch



Mediale Vermittlung



Persönlicher Austausch, medial vermittelt



These 4: Tell and sell was yesterday...



Der Kunde von heute ist aufgeklärt, emanzipiert – und wird gehört

O₂ Press Release

O₂ erweitert seine beliebten Blue-Tarife um das Angebot **O₂ Blue Unlimited**. Bei einer Vertragslaufzeit von 24 Monaten erhalten Kunden eine 3-fach Flatrate zum Telefonieren, Surfen und SMS schreiben.

July 20th

Twitter

„Finde den Fehler: Ab 2. August will O2 für 60 Euro im Monat eine Komplett-Flatrate mit 1 Gigabyte Datenvolumen anbieten.“

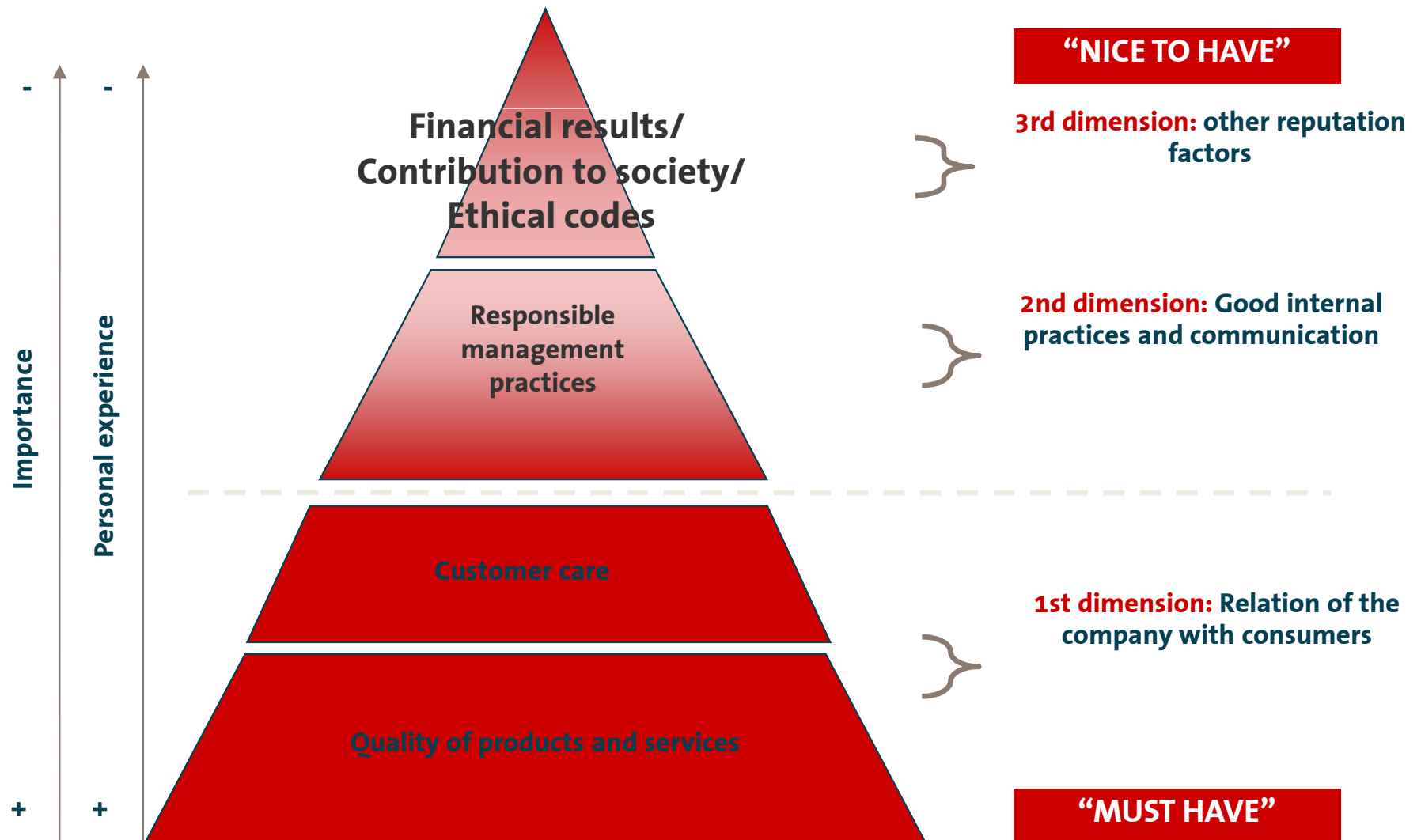
July 22nd

@Netzpolitik, 62.013 Followers, 67 Retweets

These 5: Globalisierung und Digitalisierung werden diesen Trend zusätzlich befeuern



These 6: Wir sind in der Bedürfnispyramide der Konsumenten oben angekommen.



These 7: Gleichzeitig lenken Megatrends das Augenmerk auf Social Responsibility



Klimawandel:

- Der Markt für Energieeffizienz wird sich bis 2020 auf >1.000 Milliarden verdoppeln.
- Mit IKT großes Potential CO2-Emissionen und somit Kosten einzusparen



Konsumverhalten: Wachstumspotenziale in gesättigten Märkten werden heute zunehmend über nachhaltige Produkt (-Strategien) gehoben

- Nachhaltigkeit nach Qualität wichtigstes Kaufkriterium, noch vor Preis und Marke



Demografischer Wandel: 2050 werden rund 40 Prozent der Bevölkerung über 60 Jahre alt sein.

- Herausforderung bzgl. Mitarbeiter und Kunden

These 7: Gleichzeitig lenken Megatrends das Augenmerk auf Social Responsibility



Digital Divide: Ungleich verteilte Chancen im Zugang zu (digitalem) Wissen und Information

- Die Ressource Netz determiniert den Mehrwert für die Gesellschaft



Innovationspotential: CR als Kanalsator, durch Austausch mit Stakeholdern

- Kooperationen mit externen Stakeholdern wichtige Zukunftsressource
- Stakeholdererwartungen stellen Marktbedürfnisse dar



Medieninteresse: Insbesondere unverantwortliches Verhalten findet verstärkt mediale Resonanz

- Web 2.0/Social Media: Watchdog-Rolle von NGOs UND Individuen gestärkt

Die Konsumenten fordern Social Responsibility ein. Mit Social Media als enormem Hebel.



Erfolgsfaktoren von Corporate Social Responsibility

Projekte.

authentische Botschaften, authentische Botschafter

Ziele.

ambitioniert, konkret, langfristig, transparent

Offen.

Unternehmensübergreifend arbeiten

Neue Wege.

Social Media und neue Formate

Projekt

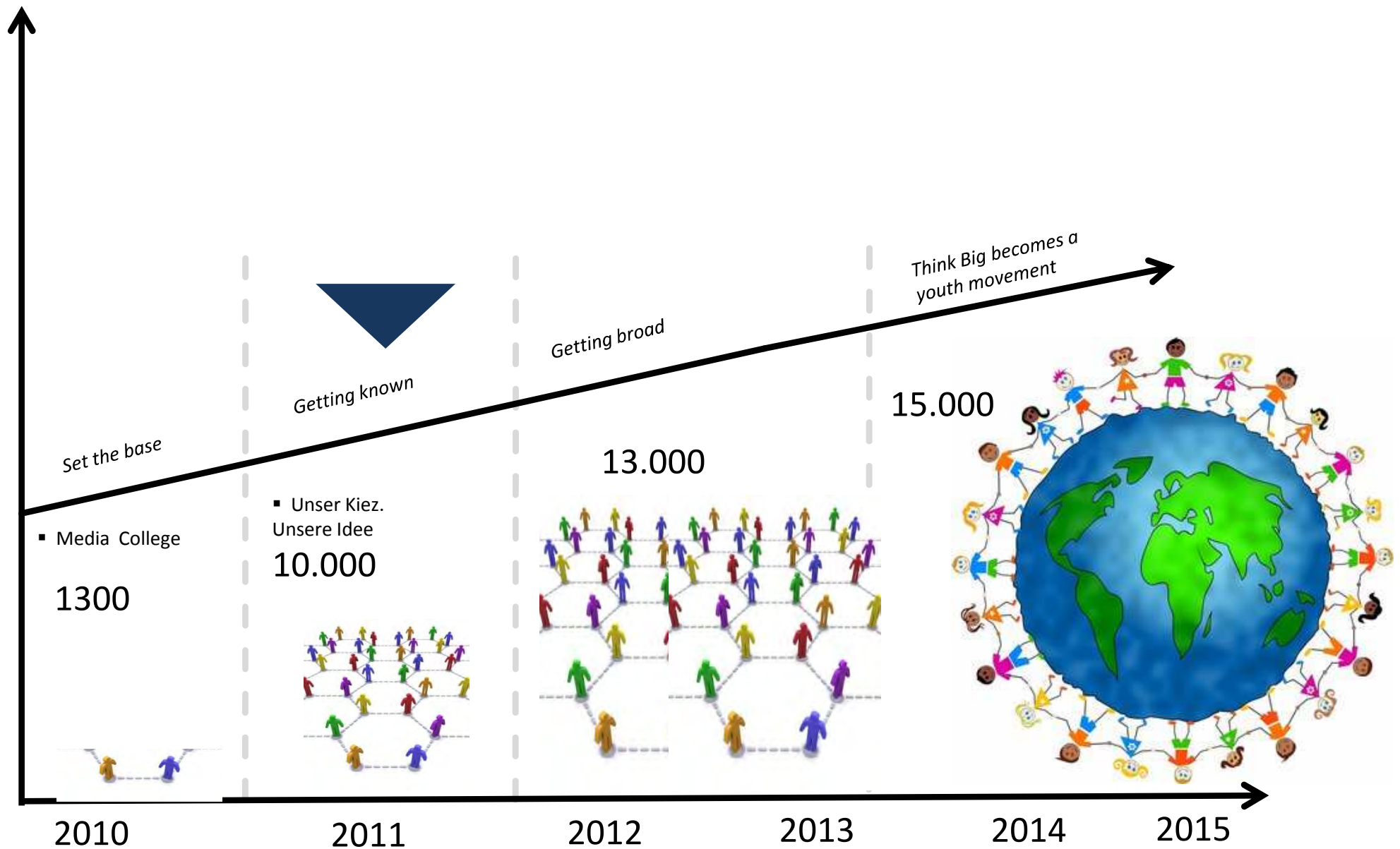
think
big
bigger

www.o2thinkbig.de/so_gehts

think
big
with O₂



Ziele: Think Big erreicht mehr als 50.000 Jugendliche bis 2015 .



Authentische Botschafter



Think Big Day
5. Mai 2011

Offen: Unternehmensübergreifend arbeiten

A vibrant, colorful illustration on a dark blue background. At the bottom, three young men's faces are shown. Above them, a large, multi-colored rainbow-like shape flows upwards, incorporating various icons: a lightbulb, a globe, a group of people, a sun, a pen nib, and musical notes. The text 'think big' is written in a stylized font within the central part of the illustration.

Unterstützung für junge Ideen.

Think Big hilft Jugendlichen ihre Ideen zu verwirklichen. Wie bei WorldCitizen, drei junge Berliner, die mit ihren Workshops Kulturen verbinden. Unterstützen Sie mit uns engagierte Projekte auf:

o2thinkbig.de/support

Telefónica

Gemeinsam mit der Deutschen Kinder und Jugendstiftung

O₂



Neue Wege: Facebook Fanpage



Ziele

- Aufmerksamkeit für Think Big
- Interaktion
- Infos

Facts

- Online
- +700
- +2000

Seit 18.08
Freunde
reden darüber



2011: +700 fans

Volunteering 2.0: Big Thinker

Meine Daten - Big Thinker | o2 Think Big - Windows Internet Explorer

https://www.o2thinkbig.de/profil

Meine Daten - Big Thinker | o2 Think Big

Projekte **Meine Daten**

Vorname: Big
Nachname: Thinker
O2-E-Mail: bigtest@example.com
Newsletter: Nein
Passwort: *****
Passwort wiederholen:

Standort: Frankfurt
Bereich: Human Resources

In welchem Bereich willst du helfen?
 Umwelt
 Sport
 Soziales / Gesellschaft
 Kultur (Musik, Theater, Film, Kunst)
 etwas anderes (z.B. Medien)

Besondere Fähigkeiten
 Fremdsprachen
 Heimwerken / Werkzeug
 Rechtsfragen
 Gestaltung / Design
 Internet / Programmierung
 Coaching
 PR / Marketing
 Film / Fotografie
 Tanz / Musik / Sport
 Social Media
 Organisation / Eventmanagement


3 Sätze zu Deiner Person: Ich würde gerne helfen.

Ich möchte über passende Möglichkeiten der Mitarbeit per E-Mail informiert werden: Nein

Ich helfe auch ortsunabhängig: Nein

Was möchtest du tun?

- Meine Daten bearbeiten
- Downloads


[Foto löschen](#) [Foto ändern](#)

Internet | Geschützter Modus: Inaktiv

Re: Mitarbeiterprofil... Making Of Microsoft PowerPoi... Unbenannt - Editor Meine Daten - Big T...

DE 16:16

Neue Formate



- **Think Big Summercamp** (August) to set up 3 scale up projects – sports&activity, music&lifestyle, respect&society.

- Youth Governance: **Think Big Lab** of Ashoka Youth Venture and TEF Germany in Berlin.

- Think Big Community is evolving. Self-organised **reunion** of 50 Think Big ‘alumnis’ with Savas in July.

- Start of the **Think Big ambassador programme**: Training of 23 peer scouts.

- **Mediacamp** in October with 50 young people: 5 short clips on issues that are important to them.



Telefonica



Think Big Final 2011

Target

- **Celebrate young people**, their ideas, projects and their power to change society
- Celebrate the **success** of Think Big 2011 (10k young people, +400 projects, social campaign)
- **500-700 Think Big participants** and their friends from across Germany
- Young people **involvement** (Co-Moderation, performances, journalists, filming etc.)

Setting

- Saturday, 3. December 2011, 6pm – 1am | **E-Werk, Berlin**
- The young people are the stars of the venue | blue carpet | paparazzi | magazine
- Kool Savas, Danuta Gray, René Schuster, video message Kristina Schröder



Ergebnisse



- **Main KPIs on track:** perspective to reach 10k engaged young people (status: 6000+) by 500 projects | 650 submitted ideas | over 310 projects running.

Highlights :

- Think Big projects are as diverse as the young people that implement them. This confirms the **thematic openness** in 2011 as the right and powerful approach.
- Think Big Projects are often first engagements : We are **activating new groups** (70% socially disadvantaged) and are NOT another programme for the already convinced.
- Within a few months we established a partner network of over **32 local partners in 15 states** that will be able to implement 800 projects in 2012.
- **475 registrations of Big Thinkers, 4 Big All Hands** (400+ people); Volunteering Day with over 360 employees. **Volunteering 2.0 starting** (www.o2thinkbig.de/bigthinkers).

Telefonica

deutsche kinder-
und jugendstiftung

shoka's
**youth
venture**
DREAM IT. DO IT.

betterplace.org 

TEDx
YouthBerlin
x = independently organized TED event

Save the
Date:
20.11.2011

think
big



Thank you.