

# MEDIENMITTEILUNG

Schwyz, 3. Dezember 2018 / Autor: SZKB

## **Schwyzer Kantonalbank stellt Social Media bei KMU in den «FOKUS»**

**Social Media hat sich längst in allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen etabliert. Auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) haben sich auf das veränderte Kommunikationsverhalten eingestellt und nutzen die sozialen Netzwerke wie Facebook, Instagram, LinkedIn & Co. geschickt zu ihren Gunsten. Das Thema Social Media bei KMU beleuchtet die 14. Ausgabe des KMU-Magazins «FOKUS» aus verschiedenen Blickwinkeln.**

Vor allem KMU tun sich häufig schwer mit der Präsenz auf Social Media. Auf welchen Kanälen sollen wir aktiv werden? Wie wollen wir vorgehen? Sie wissen, dass sie eigentlich im weltweiten virtuellen Universum präsent sein sollten, aber sie wissen nicht so recht wie, und vor allem nicht, wie sie die Aufgabe anpacken sollen. «Nicht zu viel aufs Mal, sondern wenig, aber richtig», sagt dazu Simon Künzler, Managing Partner der Online-Marketing- und Social-Media-Agentur zeit.

### **Victorinox kommuniziert zunehmend digital**

Victorinox gelingt es, mit seinem Angebot die Kluft zwischen Outdoorleben und urbanem Lifestyle zu überbrücken. Die Taschenmesser sind für die echten Fans längst zu einem Tool für den Alltag wie auch für die Freizeit oder für die Ferien geworden. Das Reisegepäck, Uhren oder Parfums eignen sich ebenso für das städtische wie für das ländliche Lebensgefühl. «Unsere Produkte sind stark mit Emotionen verbunden. Deshalb eignen sie sich sehr gut für Social Media», sagt Veronika Elsener, verantwortlich für das globale Marketing bei Victorinox.

### **Was sind die Kernbedürfnisse der 8- bis 23-Jährigen?**

In einem Gastbeitrag zeigen Dr. Andreas Schmid, geschäftsführender Partner der Schmid + Partner AG und Yannick Blättler, Geschäftsführer der NEOVISO GmbH und Co-Founder von NEO Network auf, dass sich Unternehmen vermehrt für die jüngste Generation attraktiv machen und sich damit einer grossen Herausforderung stellen müssen. Die Generation Z (junge Menschen mit Jahrgang 1995 bis 2010) kennt drei Kernbedürfnisse: «Sofortigkeit», «Flexibilität» und «Klarheit». Derzeit unternehmen KMU nachweislich deutlich weniger als Grossunternehmen, um die eigene Arbeitsattraktivität zu steigern, obwohl sie für die Generation Z bezüglich ihrer Werte grundsätzlich attraktiver wären. Denn die Bedürfnisse an die Arbeit wie Flexibilität, Autonomie oder ein familiäres Umfeld stimmen in vielen Bereichen mit den Werten und Eigenschaften von KMU überein.

### **Innovative Online-Bäckerei «gsund»**

Die Success-Story erzählt vom Geschäftsmodell und dem Erfolg der Online-Spezialitätenbäckerei «gsund», die sich auf die Herstellung von faserreichen, kohlenhydratarmen Backwaren spezialisiert hat. Alle Rezepturen sind Eigenkreationen. Dazu gehören unter anderem Kleiebrote, Wähen und Snacks, Guetzli, Müesli und Teigwaren. Ramona Marggi und ihr Team erzielen rund 80 Prozent ihres Umsatzes über den Online-Handel und versenden ihre Produkte innerhalb der Schweiz und nach Liechtenstein.

«FOKUS» erscheint zweimal jährlich in einer Auflage von rund 4'000 Exemplaren – das nächste Mal im Mai 2019. Das Magazin liegt auch in den 23 Filialen der Schwyzer Kantonalbank auf.

### **Weiterführende Informationen erhalten Sie bei:**

Schwyzer Kantonalbank

Peter Geisser

Leiter Kommunikation / Mediensprecher

Telefon: 058 800 21 12

E-Mail: peter.geisser@szkb.ch