

Protokoll des Lions Clubabends am 01.06.2022

Anwesende: Conny und Alex Großhäuser, Katja Runge, Gaby Dieken, Thomas Wiechmann, Jochen Graf, Anne Bach, Miriam und Peter van Agris, Wiebke Möller-Uhlken, Mathias Noack, Achim Pröpfer, Bernd Gülpen, Reinhild und Benno Kaulard (ich hoffe niemanden vergessen zu haben)

Hasmukh konnte wegen des ausgefallenen W-Lan in der Flora leider nicht online teilnehmen.

Gast: Herr John Henry Mee, (M.Sc. International Business & Management) Geschäftsführer von Delphi Digital. Er wurde 2016 von der IHK als Kaufmann im Groß und Außenhandel geehrt

Achim Pröpfer berichtete über den Besuch von Hannelore und Hans Peter Drews in Monschau. Hannelore war ohne Rollator unterwegs und machte einen sehr guten Eindruck. Man merkte ihr nicht an, dass sie einen sehr schweren Sturz und dem daraus resultierenden langen Aufenthalt in diversen Spezialkliniken und Reha Einrichtungen im letzten Halbjahr hatte. Er richtete die Grüße der beiden an den Club aus.

Das Thema: Social Media- Generationen im Wandel

Herr John H. Mee ist in Konzen aufgewachsen 27 Jahre alt (3 Jahre jünger als unser Lions Club) und hatte mit Jan Prickartz, der diesen Vortrag ursprünglich halten wollte, die Firma Delphi Digital gegründet. Dieses Unternehmen hat sich darauf spezialisiert innovative Recruiting Konzepte zu erarbeiten, die ausschließlich über die sozialen Medien gestreut werden. Kunden sind sowohl überregionale Firmen als auch regional arbeitende Unternehmen im Raum Aachen.

Der Vortrag erläuterte nur am Rand das Tätigkeitsfeld seines Unternehmens. Er zeigte uns sehr anschaulich die Nutzerverhalten der verschiedenen Altersgruppen in den sozialen Medien.

Eingangs erläuterte er den Tagesablauf einer jungen Frau der Generation X an einem Beispiel. Das Fazit: Für die Generation Z ist ein Leben ohne Handy undenkbar, 44% dieser Generation nutzen eine Gesundheitsapp und 29 % dieser Generation werden durch bezahlte Werbung auf Social Media am stärksten beeinflusst. Diese Generation geht nicht Online, sie ist online!

Im den beiden folgenden Bildern erläuterte Herr Mee auf einer Zeitschiene die verschiedenen Generationsbezeichnungen und die Entstehung der verschiedenen Social Media und deren Nutzung durch die einzelnen Generationen

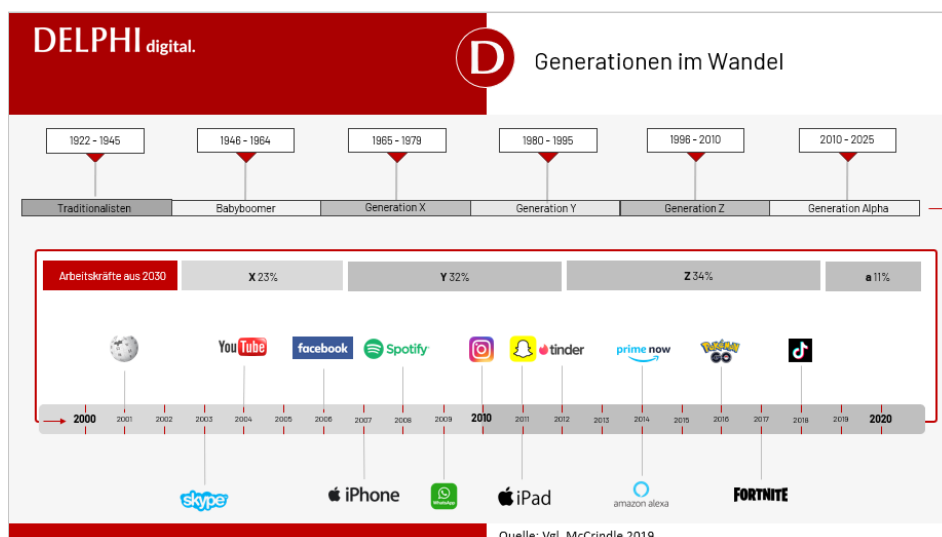


Bild 2

DELPHI digital. **D** Plattform

Plattform	14-29 Jahre		30-49 Jahre		50-69 Jahre		> 70 Jahre				
	2020	2022	Plattform	2020	2022	Plattform	2020	2022			
	65%	74%		34%	47%		19%	31%		5%	17%
	41%	47%		21%	39%		2%	13%		1%	3%
	44%	42%		0%	12%		0%	4%			
	9%	44%		4%	15%		1%	2%			
	6%	12%		7%	7%		4%	5%			
		86%			81%			66%			29%

Quelle: Vgl. ARD / ZDF Online Studie 2022

Sämtliche Social Media Plattformen verdienen ihr Geld ausschließlich durch bezahlte Werbung!

Hier kann man den Ablauf einer erfolgreichen Kampagne ersehen:



Plattformen speichern die Vorlieben ihrer Nutzer, die sie aus allen möglichen Nutzerverhalten, Klicks und Kanälen erkennen, werten sie mittels KI aus und spielen dann die entsprechenden Anzeigen aus. Wenn nach 8 bis 10 Ausspielungen der Anzeige diese vom Nutzer nicht angeklickt wird, wird die weitere Ausspielung dieser Anzeige gestoppt.

Erst wenn ein Nutzer auf eine Anzeige klickt, wird sein Verhalten in seinen Nutzerdaten gespeichert und für den Auftraggeber der vereinbarte Preis für das Ausspielen fällig. Über die von den Plattformen zur Verfügung gestellten Werbemanager kann der Werbende oder seine Agentur sehr schnell erkennen, welche Anzeige die meisten Klicks produziert. Er kann auf des Nutzerverhalten sofort reagieren und seine Anzeigen entsprechend anpassen.

Während in der Altersgruppe von 30 bis > 70 Jahren Facebook und Instagram die meisten Nutzer aufweist, hat sich die chinesische Plattform bei der Jugend als die am stärksten wachsende Plattform entwickelt. Sie ist zwar für die Werbenden noch nicht so genau skalierbar wie ihre amerikanischen Anbieter- das ist aber nur eine Frage der Zeit.

Herr Mee ging auch kurz auf das Geschäftsmodell der Influencer ein. Diese Menschen erreichen über ihre diversen Posts in den Social Media viele Menschen (Follower) die sich mit ihnen, ihren Meinungen und Statements identifizieren. Diese Kontakte werden von diesen dann genutzt, um gezielt Werbung auszuspielen, für die sie auf unterschiedliche Art entlohnt werden.

Einen solchen Influencer hat die Firma Delphi Digital erst neulich für eine Kampagne der Bundeskammer der Steuerberater eingeschaltet um das Image des Berufsbildes des/der Steuerfachangestellten aufzupolieren und so für diesen Beruf bei der Generation Z zu werben.

Wer die gesamte Präsentation als Power Point Präsentation erhalten möchte, möge ich bitte bei mir melden. Ich werde sie dann wegen ihrer Größe per we transfer verschicken.

Benno