



## **Social Media in der chemischen Industrie**

### **VCW-Veranstaltung will Antworten geben**

**Soziale Medien wie Facebook, Xing oder Twitter haben in den vergangenen Jahren die Art der Kommunikation grundlegend verändert. Dies gilt auch für die Interaktion von Unternehmen mit ihren Kunden, egal ob dies andere Unternehmen (Business-to-Business, B2B) oder Endverbraucher (Business-to-Consumer, B2C) sind. Für die chemische Industrie ist es daher ein Muss, sich mit den Chancen und Risiken auseinanderzusetzen. Dies anhand von Best-Practice-Beispielen aufzuzeigen, ist Ziel der Konferenz „Social Media in der chemischen Industrie“ am 7. November in Frankfurt/Main. Die Veranstaltung wird von der Vereinigung für Chemie und Wirtschaft (VCW), einer Sektion in der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh), organisiert.**

Nach der Begrüßung der Teilnehmer durch den VCW-Vorsitzenden Professor Dr. Thomas Beißwenger, Evonik Industries, und der Verleihung des Studienpreises Wirtschaftschemie widmet sich als erster Redner Stephan Schneider, IBM, dem Thema „Von Social Media zum Social Business – Ein Megatrend für die Geschäftswelt“. Er zeigt, dass viele Geschäftsführer den Wandel ihres Unternehmens hin zum Social Business als Aufgabe höchster Priorität ansehen. Schneider demonstriert in seinem Beitrag, was sich hinter Begriffen wie Big Data oder Cloud Computing verbirgt und wie so klassische Grenzen der Kommunikation aufgebrochen werden. Daraus resultieren neue Möglichkeiten des Dialogs, der Zusammenarbeit und der Vernetzung. Dies gilt gleichermaßen für die Mitarbeiter eines Unternehmens untereinander wie auch mit den Kunden.

GDCh-Öffentlichkeitsarbeit  
Postfach 90 04 40  
D-60444 Frankfurt am Main  
Tel.: 069/7917-493  
Fax: 069/7917-1493  
E-Mail: [pr@gdch.de](mailto:pr@gdch.de)

Wie das Ideenmanagement via Social Media bei einem großen Chemiekonzern funktioniert, legt Dr. Georg Oenbrink in seinem Vortrag „Open Innovation, Ideation Contests & Crowdsourcing @ Evonik Industries“ dar. Als innovationsgetriebenes Unternehmen, das vornehmlich im B2B-Bereich aktiv ist, sucht Evonik neue Ideen sowohl durch interne als auch durch externe, also offene, Wettbewerbe. Oenbrink berichtet in Frankfurt über die Erfahrungen, die dabei gemacht wurden. Auch Ergebnisse, die sein Unternehmen mit Crowdsourcing Ansätzen erhalten hat, sind Teil des Vortrags – insbesondere mit der Akademia, an die sich Evonik mit einem „Call for Research Proposals“ gewendet hat. Darüber hinaus geht Oenbrink auf Aspekte wie Technologie-Scouting oder Corporate Venturing, also die Investition von firmeneigenem Risiko-Kapital in junge Unternehmen, ein.

Über Erfahrungen im B2C-Geschäft spricht Dr. Ionannis Hatzopoulos von Procter & Gamble. In seinem Vortrag „Dealing with a highly emotional target group: Equity building, consumer bonding and issue management of Pampers in Social Media“ geht Hatzopoulos auf das produktspezifische Engagement der Verbraucher in sozialen Medien und die damit verbundenen Chancen und Fallstricke ein. Dies hat umso mehr Bedeutung, als die Zielgruppe des Produkts eine sehr gefühlsbetonte ist. Daher adressiert der Vortragende auch das Thema Problemmanagement und spricht darüber, wie Probleme entstehen, wie diese durch Social Media verstärkt werden und wie man als Unternehmen damit umgehen sollte.

Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie unter [www.gdch.de/vcw2013](http://www.gdch.de/vcw2013).

### **Ideenwettbewerb lädt zum Mitmachen ein**

Im Vorfeld der Veranstaltung führt die VCW zudem einen Ideenwettbewerb zum Thema „Social Media in der chemischen Industrie“ durch. Die Teilnehmer sind aufgerufen, zu zeigen, wie Social Media in der Chemie nicht nur Spaß machen, sondern gleichzeitig einen Mehrwert und individuellen Nutzen für die agierenden Unternehmen und beteiligten Akteure liefern kann. Aus allen Vorschlägen werden drei Preisträger ausgewählt, die auch auf der Konferenz vortragen werden.

Eine Teilnahme am Ideenwettbewerb ist noch bis zum 6. Oktober unter <https://social-chemistry.hypego.net> möglich.

Die GDCh gehört zu den größten chemiewissenschaftlichen Gesellschaften weltweit. Sie hat 27 Fachgruppen und Sektionen, darunter die Vereinigung für Chemie und Wirtschaft, die 2002 aus der 1999 gegründeten Arbeitsgemeinschaft für Chemie und Wirtschaft hervorgegangen ist. Die VCW und ihre rund 460 Mitglieder haben das Ziel, Naturwissenschaften, insbesondere Chemie, und Wirtschaftswissenschaften zu verbinden und ein internationales chemiewirtschaftliches Netzwerk aufzubauen.