

Netzwerk-Effekt

„Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat, die im Moment gebraucht werden.“

Henry Ford (1863-1947), Gründer der Ford-Motor-Company

Was ist der Netzwerk-Effekt?

Der Netzwerk-Effekt besagt, dass der Nutzen an einem Netzwerk für alle Beteiligten umso größer wird, je mehr Nutzer das Netzwerk selbst hat. Oder anders: Der Umsatz eines Netzwerkes, Verbandes, Forums, einer Community, eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer Organisation wächst exponentiell mit der Anzahl der Teilnehmer.

Typische Beispiele für den Netzwerk-Effekt findet man bei Software wie Microsoft Office oder Open Office, bei Wikipedia oder Ebay, bei Google oder verschiedensten Verbänden in der freien Wirtschaft. Auch die SMS-Funktion des Handys ist nur dann sinnvoll, wenn es noch andere gibt, die ein Handy mit dieser Funktion nutzen (oder überhaupt ein Handy haben). Das Selbe gilt für Fax, Telefon, Skype, Wordpress, Fernsehen, Radio oder dem Internet im allgemeinen.

„Gibt es niemanden oder nur wenige, welche die Netzwerk-Technologie nutzen, so wird es auch den wenigen Anderen kaum nutzen. Wird die Technologie von vielen genutzt, steigt hingegen der Wert der Nutzung für jeden Einzelnen und es entstehen Bindungen.“

Es gibt Netzwerkeffekte und Netzwerkprodukte, die den Nutzer sehr stark an das Unternehmen binden. Denken Sie beispielsweise an die großen Telekommunikationsanbieter. Dies ist der perfekte Netzwerk-Effekt, denn er bindet den Kunden für lange Zeit an die Technologie. Und je mehr daran teilnehmen und den Telekommunikationsservice nutzen, desto besser ist es für alle Beteiligten. Natürlich auch für das Unternehmen, welches ordentlich daran verdient.

Ein Telefon macht keinen Sinn, wenn man nur 3 Menschen weltweit erreichen kann. Es macht jedoch sehr wohl Sinn, wenn Millionen Menschen weltweit diese Technologie nutzen. Denken Sie an Microsoft: In den 90er Jahren war Microsoft in vielen Sektoren der „First Mover“. Seit dem hat sich das Internet stark verändert und zahlreiche Firmen haben mit Hilfe von Kunden große Netzwerke aufgebaut, welche sich gegenseitig selbst unterstützen und verstärken.



Täglich melden sich weltweit Hunderttausende Menschen in Online-Netzwerken an. In Deutschland sind Millionen aus allen Altersgruppen in sozialen Netzwerken aktiv. Sie suchen nach alten und neuen Freunden, nach Mitschülern, Kollegen und Geschäftskontakten.

Das weltweite Netz mit all seiner Vielfalt ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Die private Reiseplanung, der spontane Kinobesuch oder alle anderen Aktivitäten werden durch das globale Netzwerk erleichtert. Doch was in diesem Zusammenhang im Online-Marketing viel wichtiger ist, sind die „Übertragungsphänomene“, welche in großen sozialen Netzwerken entstehen...

1. Durch das eigene soziale Netzwerk können alle möglichen mentalen Eigenschaften wie Überzeugungen, Glaubenssätze, Einstellungen und Erfolge transportiert werden. Diese haben eine besonders starke Wirkung auf direkte Freunde im Netzwerk (Kontakte 1. Grades), eine etwas abgeschwächtere Wirkung auf die Freunde der Freunde (Kontakte 2. Grades) sowie eine noch etwas geringere Wirkung auf die Freunde der Freunde der Freunde (Kontakte 3. Grades). Danach verliert sich der “Übertragungseffekt”. Dieser kann jedoch gezielt in der Werbung und im Marketing eingesetzt werden, speziell zum Aufbau viraler Wellen im Web.
2. Gleichzeitig werden die mentalen Eigenschaften Ihrer Freunde im Netzwerk, Ihrer Freundesfreunde und Ihrer Freundesfreundesfreunde Auswirkungen auf Ihre eigenen Überzeugungen, Glaubenssätze, Einstellungen und Erfolge haben. Die Netzwerkübertragung funktioniert in beide Richtungen, ob Sie es wollen oder nicht, ob Sie es glauben oder nicht, ob Sie sich dessen bewusst sind oder nicht. Daher ist es wichtig, sich mit den richtigen Menschen zu vernetzen! Anders herum partizipieren natürlich Ihre potenziellen Kunden in Ihrem Netzwerk davon, was Sie wann, wie und wo „von sich geben“. Anders ausgedrückt: Je mehr weitere Menschen glauben, dass Sie potenziell relevante und tolle Produkte haben, desto mehr werden es noch glauben (Netzwerk-Effekt) ...und dann ebenfalls kaufen & sie weiterempfehlen.
3. Ebenfalls wichtig für die Planung Ihrer zukünftigen Marketing-Kampagnen ist die Erkenntnis aus der Netzwerkforschung: Je mehr Verbindungen zwischen Ihnen und dem Rest Ihres sozialen (Kunden)Netzwerkes bestehen, desto empfänglicher sind Sie (und auch die Kunden) für alles, was durch dieses Netzwerk fließt. Haben Sie sich in ein Netzwerk mit erfolgreichen Menschen integriert, ist es sehr wahrscheinlich, dass Sie selber erfolgreicher werden (sowie Ihre Kunden). Und es ist wahrscheinlicher, dass zu einem gewissen Grade auch Ihre Freunde, Freundesfreunde und Freundesfreundesfreunde erfolgreicher werden.
4. Dank der Allgegenwart großer sozialer Netzwerke, egal ob online oder offline, haben wir einen erheblich größeren Einfluss auf andere, als wir annehmen. Mit Gesten der Hilfsbereitschaft können wir Dutzende oder Hunderte Menschen in unseren sozialen Netzwerken erreichen. Mit jeder guten Tat erhalten wir das Netzwerk, das uns erhält (Gesetz der Resonanz).



5. Auf der Ebene des Einzelnen wirken soziale Netzwerke in jeden Aspekt des Alltages hinein. Geschehnisse, die weit entfernte Menschen in unserem Netzwerk betreffen, können sich ebenfalls auf unser Leben auswirken. Und die daraus resultierenden Handlungen wirken wieder zurück in das Netzwerk, bis zu dem Kontakt, aufgrund dessen wir in die Handlung gegangen sind. In einer sozialen Kettenreaktion reagieren wir so auf Ereignisse, von denen wir oftmals nicht einmal erfahren haben. Diese Effekte machen sich auch große Firmen bei Produkteinführungen zu nutze. Die Welle der Begeisterung schwappt durch das Netzwerk...

Der Wandel kam vor einigen Jahren mit Web 2.0. Wobei Web 2.0 für den Austausch zwischen Nutzern und für eine veränderte Kommunikationskultur im Netz steht. Etwas Vorsicht sollte man jedoch trotzdem walten lassen: Wer viel Zeit in Netzwerken verbringt, muss sich gut überlegen, welche Informationen er über sich preisgibt, denn das Netzwerk vergisst nie!

Jedes Netzwerk hat seinen spezifischen Charakter: Xing ist Business-orientiert, StudiVZ richtet sich an Studenten, Facebook ist eher privat und Twitter von allem etwas und dabei eher auf den schnellen Austausch von Gedanken und Informationen ausgerichtet.

„Bei allen großen erfolgreichen Social Networks war ein Netzwerk-Effekt zu beobachten. Bei StudiVZ sorgte der Netzwerk-Effekt dafür, dass es für Studenten schnell zum guten Ton gehörte, der Plattform anzugehören. Die Teilnahme wurde zum MUSS.“

Die Kraft sozialer Netzwerke wird von vielen Menschen immer noch unterschätzt. Dabei hat die moderne Netzwerkforschung atemberaubende Zusammenhänge & Erkenntnisse gesammelt. Glück ist ansteckend, genauso wie Übergewicht, Lachen, Emotionen, Erfolg oder soziales Verhalten.

Inzwischen... so phantastisch es klingen mag... sehen Wissenschaftler sogar Phänomene wie Erdbeben, Waldbrände, Artensterben, Klimawandel, Herzschläge großer Menschenmassen, Revolutionen und Finanzkrisen als “Momente” außergewöhnlicher Aktivität innerhalb großer sozialer Netzwerke.

Für das Marketing ergeben sich so phänomenale Möglichkeiten! Dass, was man in ein Netzwerk einbringt, kommt zu einem zurück. Somit wird besonders ein Online-Business zum „resonierenden“ Business (Input = Output). Und je mehr Teilnehmer das Netzwerk nutzen, desto stärker sind die Vorteile und Effekte für alle Beteiligten. Die neue Ära des Web 2.0 hat die Spielregeln für Unternehmen komplett verändert und die bestehenden Machtverhältnisse unwiderruflich verschoben.



Checkliste für die Praxis

Um den Netzwerk-Effekt gewinnbringend in Ihrem eigenen Business einzusetzen, nutzen Sie die Anregungen auf der folgenden, sorgfältig zusammengestellten Checkliste...

- Der Netzwerk-Effekt besagt, dass der Umsatz eines Netzwerkes, Verbandes, Forums, einer Community, eines Produktes, einer Dienstleistung oder einer Organisation umso stärker wächst, je mehr Beteiligte (Kunden) es gibt. Erstellen Sie daher Produkte und Dienstleistungen, die soziale, technische oder virtuelle Netzwerke fördern und entstehen lassen.
- Je mehr Teilnehmer ein Netzwerk hat, desto wertvoller wird es für alle Beteiligten und desto schneller wächst es. Der Netzwerk-Effekt ist besonders stark bei Online-Communities wie Facebook, Twitter, Xing oder StudiVZ zu beobachten. Mit zunehmender Größe der Netzwerke wird für Außenstehende die Teilnahme ein „MUSS“.
- Ähnlich wie beim Telefon oder Fax steigt der Wert mit der Menge der Beteiligten und es entsteht ein regelrechter Sog zu den entsprechenden Produkten und Dienstleistungen. Der Netzwerk-Effekt wird daher stark im Viralmarketing eingesetzt, da er die Viralität mit zunehmender Teilnehmerzahl exponentiell erhöht, was zu noch mehr Wahrnehmung und Aufmerksamkeit gegenüber den Produkten führt.
- Richten Sie alle Aktivitäten im Internet dem grundlegenden Ziel des Netzwerkaufbaus unter. Sorgen Sie für Strukturen, um breitflächig mit Ihrem Netzwerk zu kommunizieren und versuchen Sie, dieses untereinander so stark wie möglich zu vernetzen. Jeder „Außenstehende“ wird dadurch bei Eintritt in das Netzwerk erhebliche Vorteile spüren und Empfehlungen um so schneller aussprechen, was wieder zu erhöhter Viralität und Aufmerksamkeit führt.
- Emotionen, Glaubenssätze, Überzeugungen, Einstellungen und Weltanschauungen werden durch das Netzwerk „übertragen“ und verstärken sich mit zunehmender Reichweite. Die Gewinner in der Wirtschaft waren immer schon jene, welche über das größte Netzwerk und die größte Reichweite verfügten. Bauen Sie daher Produkte und Dienstleistungen auf, die den Aufbau von Netzwerken, Reichweite & Content unterstützen.

