

Presseclipping

Kunde: Erster Arbeitskreis für Social Media in der B2B-Kommunikation

Publikation: geldinstitute GI

Quelle: Holzmann Medien GmbH & Co. KG

Ausgabe: 01/2013 (ET18.02.2013)

Seite: 47

Titel: „Wer hat die Nase im Wind?“

Auflage / Page Impressions pro Monat: 5.761



Wer hat die Nase im Wind?

Arbeitskreis für Social Media. Social Media ist in den meisten Schlüsselbranchen angekommen. Die Nase vorn haben dabei vor allem Unternehmen aus dem Bereich „Informationstechnologie“, Medien-, Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen. Dies bestätigt eine aktuelle Umfrage des ersten Arbeitskreises für Social Media in der B2B-Unternehmenskommunikation.

In der Studie wurden Kommunikationsverantwortliche aus über 200 Unternehmen in 14 Branchen befragt, wie sie die sozialen Medien nutzen. Insgesamt nutzt die Hälfte aller Befragten Social Media zur externen Kommunikation. Nur jedes vierte Unternehmen setzt soziale Medien zusätzlich zur internen Kommunikation ein. Interessant: Immer noch 20 Prozent arbeiten nicht mit Social Media und planen auch nicht, dies in absehbarer Zeit zu tun.

Bei der Betrachtung der einzelnen Kanäle wird schnell deutlich, dass auch im B2B-Bereich Facebook die Plattform der Wahl ist. Nicht weniger als 80 Prozent der befragten Unternehmen sind hier aktiv. In der Automobilindustrie sind es sogar 100 Prozent. Auch XING etabliert sich zunehmend und kommt aktuell in 78 Prozent

der Unternehmen zum Einsatz. Besonders beliebt ist das Netzwerk in der Beratungsbranche, mit 94 Prozent ist fast jedes befragte Unternehmen hier vertreten. Der Micro-Blogging-Kanal Twitter folgt mit 65 Prozent und wird vor allem

von ITK-Unternehmen stark genutzt (80 Prozent). Gefragt nach den individuellen Zielsetzungen, sind sich die Unternehmen, unabhängig von der Branche, einig: Über 80 Prozent wollen ihr Image steigern. ■

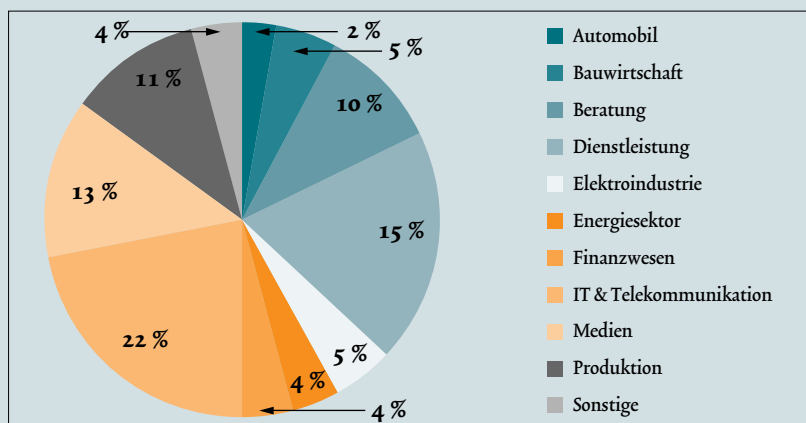
Info: Der Arbeitskreis für Social Media

Der Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation wurde 2010 von den Agenturen COMMUNICATION Presse und PR und HFN Kommunikation gegründet. Zu den Initiatoren gehören Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größenordnungen. Der Arbeitskreis wird begleitet von Vertretern aus Wissenschaft und Forschung und verfolgt keine wirtschaftlichen Interessen.

www.communicationmunich.de

Social Media: Die befragten Branchen

Ein Blick auf die Branchen zeigt, Unternehmen aus der Informationstechnologie haben die Nase bei der Nutzung von Sozial Media vorn.



Quelle: Communication, Munich. Grafik: gi



„Es sind die oftmals noch fehlenden organisatorischen Rahmenbedingungen, die eher traditionell geprägten Unternehmen den Zugang zu Social Media erschweren“, interpretiert Jacqueline Althaller, Initiatorin des ersten Arbeitskreises für Social Media in der B2B-Unternehmenskommunikation und Inhaberin von COMMUNICATION Presse und PR, die Ergebnisse der Studie.