

Factsheet „Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

Im Sommer 2010 wurde der erste Arbeitskreis für Social Media in der B2B-Unternehmenskommunikation nach einem Konzept der Agenturen COMMUNICATION Presse und PR und HFN Kommunikation GmbH gegründet. Zu den Initiatoren gehören Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größenordnungen – von IT bis Healthcare, vom Mittelständler bis zum TecDax-notierten Konzern. Begleitet wird der Arbeitskreis von Vertretern aus Wissenschaft und Forschung. Der Arbeitskreis verfolgt keine wirtschaftlichen Interessen.

Entstanden ist der Arbeitskreis, da die am Markt verfügbaren Beratungs- und Seminarangebote die B2B-Interessen zu wenig berücksichtigen. Der Arbeitskreis ist mit der Zielsetzung angetreten, konkrete Fragestellungen von Seiten B2B zu beantworten und dieses Wissen auch weiterzuvermitteln. Hierzu werden die konkreten Fragen der Unternehmen gesammelt und entweder durch den Arbeitskreis selbst oder durch externe Referenten beantwortet. Studien oder Umfragen führt der Arbeitskreis bundesweit bei anderen B2B-Unternehmen durch, um Trends und Entwicklungen feststellen zu können.

Schwerpunktmäßig richtet sich der Arbeitskreis an Unternehmen aus dem Bereich „B2B“. Im Vergleich zur Endkundenkommunikation sind die Themen hier meist komplexer und weniger zugänglich. Umso größer ist die Herausforderung, Social Media strategisch in der Unternehmenskommunikation zu verankern. Unabhängig davon profitieren auch B2C-Unternehmen vom Arbeitskreis, da die Erfahrungen der B2B-Unternehmen hier „Meilensteine“ setzen. Weitere Zielgruppen sind Nachwuchskräfte, die sich durch den Dialog fortbilden wollen sowie Forschungseinrichtungen, die durch den Austausch mit den Vertretern aus Unternehmen neue Erkenntnisse für ihre Arbeit gewinnen.

Die Mitglieder des Arbeitskreises treffen sich in regelmäßigem Turnus. Im Mittelpunkt der Sitzungen steht ein vorab definiertes Thema, das entweder in Form von Impulsreferaten mit anschließender Diskussion oder durch den Vortrag eines externen Key Note Speakers bearbeitet wird. Zwischen diesen Sitzungen treffen sich kleinere Projektgruppen, die Spezialthemen ausarbeiten.

Langfristiges Ziel des Arbeitskreises ist es, Verhaltens- und Arbeitsstandards beim Einsatz von Social Media in der Unternehmenskommunikation zu setzen. Außerdem soll das Berufsbild „Social Media Relations Expert“ maßgeblich mit gestaltet werden.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

COMMUNICATION Presse und PR GbR

Jacqueline Althaller

Elisabethstraße 13

80796 München

Tel: 089-38665260

E-Mail: aksmuk@communicationmunich.de