

## Presseclipping

---

Kunde: Erster Arbeitskreis Social Media B2B

Publikation: Pressesprecher

Ausgabe: 08.10.2019

Seite: Online

Titel: „B2B-Unternehmen wenig experimentierfreudig“

Auflage / Page Impressions pro Monat: NN

08.10.2019

Rubrik: Studie



In Sachen Social Media machen B2B-Unternehmen keine Experimente. (c) Getty Images / bigtunaonline

## Social Media in der B2B-Kommunikation

### B2B-Unternehmen wenig experimentierfreudig

**In Sachen Social Media setzen B2B-Unternehmen immer noch stark auf klassische Kanäle, wie eine aktuelle Studie zeigt. Beim Recruiting gewinnen die sozialen Medien an Bedeutung.**

**Was Social Media angeht**, sind B2B-Unternehmen im deutschsprachigen Raum eher festgefahren. Das ergab die aktuelle Auflage der Langzeitstudie „Social Media in der B2B-Kommunikation“. Zwischen Juni und August 2019 befragten die Autoren rund 800 B2B-Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz darüber, wie sie es mit den sozialen Medien halten.

Demnach nutzen B2B-Unternehmen hauptsächlich die klassischen Kanäle Facebook, Twitter und Youtube sowie die beiden Business-Plattformen LinkedIn und Xing. Neue Plattformen wie Instagram, Snapchat oder Tiktok spielen dagegen kaum eine Rolle. Lediglich in Österreich ist Instagram in den Top Five auf dem letzten Platz vertreten.

## **Social-Media-Nutzung sinkt**

Zwar setzt mittlerweile auch der Großteil der B2B-Unternehmen auf Social Media. Tatsächlich sinkt jedoch bei deutschen Unternehmen die Social-Media-Nutzung erstmals seit Beginn der Befragung im Jahr 2011: 2018 nutzten noch 95,7 Prozent der Unternehmen soziale Medien; 2019 sind es nur noch 92,9 Prozent. Nutzen Unternehmen Social Media nicht, werden meist der zu hohe Zeitaufwand (58,5 Prozent) sowie fehlende Ressourcen (56,6 Prozent) dafür verantwortlich gemacht.

Intern werden Social Media eher selten genutzt: 82 Prozent der Befragten messen den sozialen Medien auf einer Skala von 1 bis 5 nur eine geringe bis mittelmäßige Bedeutung in der internen Kommunikation zu.

## **Mehrwert der Erfolgsmessung wird nicht erkannt**

Auch in Bezug auf die Erfolgsmessung ihrer Social-Media-Aktivitäten hinken B2B-Unternehmen hinterher. Nur ein Drittel (30,5 Prozent) der deutschen Unternehmen verwendet kostenpflichtige Monitoring-Tools, ein weiteres Drittel (29,5 Prozent) lediglich kostenlose; ein letztes Drittel (32,9 Prozent) nutzt überhaupt keine Tools zur Erfolgsmessung. Beliebter sind kostenpflichtige Tools dagegen in der Schweiz: Dort geben 37,5 Prozent der Unternehmen Geld für ihre Erfolgsmessung aus.

## **Recruiting gewinnt an Bedeutung**

Die Studie ergab auch: Immer mehr Unternehmen setzen Social Media zu Recruiting-Zwecken ein. Sowohl bei LinkedIn und Xing als auch bei Facebook sind potentielle Mitarbeiter unter den wichtigsten Zielgruppen. Auf Facebook, Twitter und Youtube steht gemeinhin die allgemeine Öffentlichkeit im Fokus; Twitter ist nach wie vor das wichtigste Tool zur Ansprache von Medien und sonstigen Meinungsbildnern.

## **Gute Vorsätze**

Dass die Unternehmenskommunikation heutzutage nicht mehr an Social Media vorbeikommt, haben jedenfalls auch B2B-Unternehmen erkannt. 69,6 Prozent geben an, ihren Social-Media-Einsatz in Zukunft verstärken zu

wollen – ein neuer Vierjahres-Höchstwert. Dass Unternehmen zum Thema Social Media keine Haltung haben, ist inzwischen eher die Ausnahme.

Wichtige Handlungsschwerpunkte werden die Stärkung des Recruitings über die sozialen Medien und die Erhöhung des Budgets für Social-Media-Tätigkeiten sein. Weiterhin will man sich darauf konzentrieren, Mitarbeiter als „Leuchttürme“ für Social Media aufzubauen, um Unternehmensbotschaften noch effektiver nach außen tragen zu können.

### Über die Studie

Die Studie „Social Media in der B2B-Kommunikation“ wurde auf Initiative des 2010 gegründeten „Ersten Arbeitskreises für Social Media in der B2B-Unternehmenskommunikation“ ins Leben gerufen. Die aktuelle Umfrage deckte dabei zum ersten Mal den gesamten DACH-Raum ab. Die aktuelle Befragung fand von Juni bis August 2019 statt und wurde in Zusammenarbeit mit der Hochschule Ansbach durchgeführt. Die gesamte Studie gibt es [hier](#).