

Presseclipping

Kunde: 1. Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation

Publikation: PR Journal

Ausgabe: Online, 24.09.2015

Seite:

Titel: Social Media – Befragung: 92 Prozent der B-to-B-Unternehmen
haben eine Social Media-Strategie

Auflage / Page Impressions pro Monat:

Social Media

Befragung: 92 Prozent der B-to-B-Unternehmen haben eine Social Media-Strategie



Geschrieben von Thomas Dillmann, Bad Honnef

Zugriffe: 563

Veröffentlicht am Donnerstag, 24. September 2015 18:45 | Zuletzt aktualisiert am Donnerstag, 24. September 2015 18:45

Bis zum 31. Juli hatten B-to-B-Unternehmen Gelegenheit, sich an der Umfrage „Social Media in der B-to-B-Kommunikation – immer noch taktisches Geplänkel oder endlich Strategie?“ zu beteiligen. Mehr als 250 haben an der Befragung teilgenommen. Jetzt legte der Initiator, der Erste Arbeitskreis Social Media in der B-to-B-Kommunikation, erste Ergebnisse vor. Demnach haben 92 Prozent der teilnehmenden Unternehmen bereits eine Social Media Strategie oder entwickeln diese. Bei über drei Viertel der Unternehmen ist sie in die Kommunikationsstrategie integriert. Im Vergleich: 2011 lag dieser Wert noch bei 44 Prozent. Kurzum: Social Media ist nach Meinung des Arbeitskreises im Gegensatz zur ersten Befragung in 2011 mittlerweile strategisch in den Unternehmen angekommen.

Weitere Ergebnisse

Koordiniert werden Social Media immer stärker von einem eigenen Social Media Team (21 Prozent) oder einem Social Media Manager (14 Prozent). Hauptsächlich werden Social Media allerdings weiterhin in der Marketing Abteilung koordiniert (55 Prozent). Woran es im Alltag noch hakt, ist der Umgang mit den einzelnen Plattformen. Eine passgenaue Bespielung von LinkedIn, Twitter und Co. statt Gießkannenkommunikation ist eher noch die Ausnahme.

Bei den Plattformen übertrifft Xing mit 84 Prozent der Nennungen inzwischen knapp Facebook bei den B-to-B Unternehmen. Auch bezüglich der Unternehmensziele nimmt Xing im Vergleich zu den anderen Plattformen eine gesonderte Rolle ein. Während fast alle Kanäle gleichmäßig für alle Unternehmensziele genutzt werden, spielt Xing vor allem für das Recruiting eine bedeutende Rolle. Dies geht Hand in Hand mit dem Vorhaben der Studienteilnehmer, künftig Recruiting über Social Media zu betreiben. Lediglich beim Zeitaufwand unterscheiden sich die Kanäle deutlich. Facebook und Twitter werden größtenteils täglich befüllt, während Xing und YouTube vor allem mehrmals im Quartal beziehungsweise im Monat genutzt werden.

Manuela Nikui, die Initiatorin der Umfrage im Arbeitskreis, fasst die Entwicklung zusammen: „Im Vergleich zu 2011 setzen B-to-B-Unternehmen Social Media inzwischen deutlich strategischer ein. 54 Prozent der Unternehmen haben bereits eine Social Media Strategie und 38 Prozent sind aktuell dabei, diese umzusetzen. Was allerdings noch fehlt, ist das Bewusstsein, dass jede Social Media Plattform ihre spezifische Zielgruppe mit eigenen Ansprüchen und Wünschen hat. In der Folge heißt das, dass jede Plattform auch mit spezifischen Inhalten bespielt wird.“

Zukunftstrends

Branchenübergreifend sind sich die B-to-B Unternehmen einig: 92 Prozent geben an, dass Social Media die E-Mail nicht verdrängen werden, denn bei bestimmten Themen sei E-Mail-Kommunikation einfacher und auch vertraulicher. Ähnlich sieht dies bei der internen Kommunikation aus. Hier meinen 80 Prozent, dass diese nicht über Tools wie Yammer oder Slack abgelöst werde.

Der Prozentsatz der Unternehmen, die Social Media-Monitoring Tools nutzen, ist 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 18 Prozent auf 56 Prozent gestiegen, was darauf hinweist, dass die Kommunikationsverantwortlichen zunehmend die Erfolge ihrer Social Media-Aktivitäten dokumentieren wollen.

Über den „Ersten Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“: Im Sommer 2010 wurde der „**Erste Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation**“ von den Agenturen Communication Presse und PR, München, und HFN Kommunikation GmbH, Frankfurt am Main, gegründet. Zu den Initiatoren gehören Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größenordnungen – von IT bis Healthcare. Begleitet wird der Arbeitskreis von Vertretern aus Wissenschaft und Forschung. Der Arbeitskreis verfolgt keine wirtschaftlichen Interessen.

ShareThis Copy and Paste

- See more at: <http://www.pr-journal.de/nachrichten/social-media-web-2-0/16568-befragung-92-prozent-der-b-to-b-unternehmen-haben-eine-social-media-strategie.html?tmpl=component&print=1&layout=default&page=#sthash.aK4OYEII.dpuf>