

## Pressemitteilung

### 10 Jahre B2B-Social-Media-Kommunikation auf einen Blick

#### **Jacqueline Althaller und Co-Autorin Meike Leopold veröffentlichen Wirtschaftsfachbuch mit Insights aus der Praxis der B2B-Social-Media-Kommunikation**

*München, den 23.02.2021. In der B2B-Kommunikation stellt sich nicht mehr die Frage, ob Social Media ein geeignetes Kommunikationsinstrument sind; heute lautet sie vielmehr, wie sich die reichweitenstarken Kanäle auch im B2B-Bereich strategisch sinnvoll und nutzbringend einsetzen lassen. Dieser Frage geht Jacqueline Althaller im Buch „Aufbruch in die digitale Dimension“ gemeinsam mit Co-Autorin Meike Leopold auf den Grund, das am 23. Februar 2021 im Redline Verlag erscheint; namhafte B2B-Unternehmen steuern Praxisbeispiele bei.*

2010 gründet Jacqueline Althaller den „Erster Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“. Aus diesem geht noch im gleichen Jahr die Studie „Social Media in der B2B-Kommunikation – wie verändert sich die Nutzung der Kanäle?“ hervor. Zehn Jahre später ist die Studie die deutschlandweit einzige ihrer Art. Die Ergebnisse fasst Althaller nun in ihrem Buch „[Aufbruch in die digitale Dimension](#)“ zusammen, das am 23. Februar 2021 im Redline Verlag erscheint.

Zum Jubiläum 2020 blickt die Kommunikationswissenschaftlerin auf die Studienergebnisse zurück und analysiert, wie sich die Nutzung der Social-Media-Kanäle in den letzten 10 Jahren entwickelt hat. Außerdem zeigen 10 praktische Use-Cases von namhaften Unternehmen, wie mit Social Media auch in der B2B-Kommunikation ernsthafte Erfolge erzielt werden können.

Im Buch enthalten sind Beiträge aus unterschiedlichsten Branchen von namhaften B2B-Unternehmen von DATEV bis Siemens. Ergänzt werden die Cases durch einen Beitrag zu den rechtlichen Rahmenbedingungen beim Einsatz von Social Media in der B2B Kommunikation von Dr. Frank Remmert. Die Erfahrungsberichte dienen nicht nur als Entscheidungs-, sondern auch als Argumentationshilfe für Social-Media-Verantwortliche im B2B-Bereich, die Planungen und Budgets für die Kommunikation rechtfertigen müssen.

„Über die Jahre kamen und gingen die Trends, die Bedeutung der sozialen Medien nahm unterdessen immer weiter zu. Das lässt sich sehr gut an den in diesem Buch vorgestellten Studienergebnissen aus den vergangenen zehn Jahren und den Fallbeispielen aus der Praxis ablesen, erläutert im Grußwort Professor Dr. Romy Fröhlich von der LMU München, die den Arbeitskreis seit seiner Gründung begleitet und die Studie maßgeblich mitgestaltet hat.

Jacqueline Althaller ergänzt: „Ich habe den Arbeitskreis vor 10 Jahren mit der Intention gegründet, Wissen zur Social-Media-Kommunikation im B2B-Bereich bündeln und weitervermitteln zu können. Nie hätte ich mir träumen lassen, dass daraus einmal Deutschlands einzige Langzeitstudie mit diesem Fokus und nun auch ein Wirtschaftsfachbuch entstehen. Mit dem Buch können wir aber jetzt noch mehr Wissen an Social-Media-Verantwortliche weitergeben, als jemals zuvor; auch und besonders dank der zahlreichen Netzwerkpartner, die ihre Cases beigesteuert haben! Im Übrigen stecken wir bereits mitten in den Vorbereitungen für das nächste Projekt in dieser Richtung – Sie dürfen also gespannt sein, was noch kommt!“

#### **Über den "Erster Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation"**

Im Sommer 2010 wurde der „Erste Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“ von Jacqueline Althaller, Gründerin der gleichnamigen Agentur ALTHALLER communication ins Leben gerufen, um konkrete Fragestellungen von Seiten B2B zu beantworten und dieses Wissen auch weiterzuvermitteln.. Umfragen führt der Arbeitskreis durch, um Trends und Entwicklungen feststellen zu können. 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.

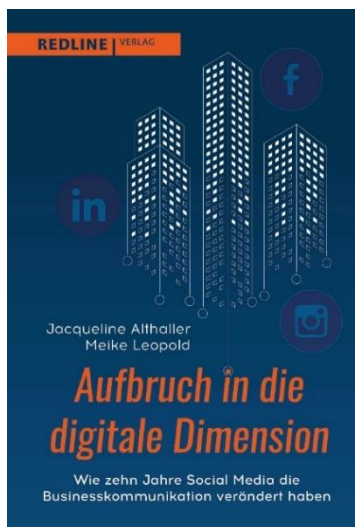
**Aufbruch in die digitale Dimension**

**Wie zehn Jahre Social Media die Businesskommunikation verändert haben**

Redline Verlag, Hardcover, 256 Seiten

ISBN: 9783868818369

24,99 Euro (D) bzw. 25,70 Euro (A)



**Pressekontakt:**

**Madeleine Gritzbach**  
**ALTHALLER communication**  
Gesellschaft für Marktkommunikation mbH  
Inhabergeführt seit 1992

Elisabethstraße 13  
80796 München  
Tel: +49 89 38 66 52 60  
Fax: +49 89 38 66 52 75  
[mgr@althallercommunication.de](mailto:mgr@althallercommunication.de)  
[www.althallercommunication.de](http://www.althallercommunication.de)