

## Presseclipping

---

Kunde: AKSMUK

Publikation: Dedicat - harnisch.com

Ausgabe: 04.08.2022

Seite: Online

Titel: „Studie: Wie B2B-Unternehmen ihre Social Media Kommunikation auf das nächste Level heben!“

URL: <https://harnisch.com/dedica/2022/08/04/studie-wie-b2b-unternehmen-ihre-social-media-kommunikation-auf-das-naechste-level-heben/>

Redakteurin: Sabine Kröll

## Studie: Wie B2B-Unternehmen ihre Social Media Kommunikation auf das nächste Level heben!

4. August 2022



B2B-Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz entdecken zunehmend Social Media für ihre Unternehmens- und Marktkommunikation – dabei rücken vor allem das Recruiting, Lead-Generierung oder CEO-Positionierung in den Fokus. Welche Trends und Entwicklungen sich für das folgende Jahr abzeichnen, das untersucht die einzige Langzeitstudie zum Thema und zeigt, welche Inhalte auf welchem Kanal im Mittelpunkt stehen sollten.

Immer mehr B2B-Unternehmen erkennen Social Media als Wertschöpfungsfaktor in ihrem Digital-Marketing-Mix an und festigen ihre digitale Position immer stärker. 95,9 % der B2B-Unternehmern setzen heute auf Online-Kanäle, wie die aktuelle Studie [Social Media in der B2B-Kommunikation](#) ergeben hat.

Zentrale Erkenntnisse: Die Geschäftsleitung ist zunehmend in die Social-Media-Kommunikation involviert. Zudem festigt sich der Trend, die eigenen Mitarbeiter:innen zu Corporate Influencer aufzubauen. Auch steigt die Nutzung von Social Media im Vergleich zum Vorjahr über alle Plattformen hinweg noch einmal an. Absoluter Vorreiter: LinkedIn! Der Nr. 1 Business-Kanal hat sich ländergreifend zur wichtigsten B2B-Kommunikationsplattform entwickelt. Dabei spielen Glaubwürdigkeit, (interessanter) Content und Ehrlichkeit als Erfolgsfaktoren eine zentrale Rolle in der Social-Media-Kommunikation von B2B-Unternehmen.

### **Gute Argumente für die Social-Media-Strategie**

Im Kern der Studie stehen Veränderungen, die sich im Nutzerverhalten der Social-Media-Kanäle in der B2B-Branche ergeben haben. Gerade das Alleinstellungsmerkmal eines Datenvergleichs über den Zeitraum von zwölf Jahren hinweg bietet Kommunikationsentscheider:innen von B2B-Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche und Größenordnungen im DACH-Raum die einmalige Möglichkeit

- ihr eigenes Social-Media-Nutzungsverhalten konkret zu analysieren,
- sich mit dem richtigen Kommunikationsmix von Wettbewerbern abzugrenzen und
- Trends in der Nutzung der verschiedenen Social-Media-Kanäle auf Grundlage valider Datenauswertung richtig einzuordnen und umzusetzen.

In den letzten Jahren konnten B2B-Unternehmen von den Ergebnissen der Studie in hohem Maße profitieren. Die praxisnahen Erkenntnisse und weitreichenden Nutzungsmöglichkeiten bieten nicht nur die Möglichkeit, Social-Media-Strategien und -Budgets zielgruppengenau anzupassen. Die Schlussfolgerungen ermöglichen es Kommunikationsentscheider:innen auch, sich in den sozialen Online-Netzwerken durch passgenaue, glaubwürdige und geradlinige Auftritte von Mitbewerbern zu unterscheiden.

### **Social-Media-Studie 2022: Besonders interessante Ergebnisse erwartet**

Für die aktuell laufende Studie werden besonders interessante Ergebnisse erwartet. Der Grund: Es fließen die Veränderungen des Nutzungsverhaltens durch den Homeoffice-Trend, durch Remote-Arbeitsmodelle oder

durch das Phänomen der „Great Resignation“ ein – und es wird sich zeigen, inwieweit diese von dauerhafter Natur sind.

Die [aktuelle Umfrage für die Datenerhebung](#) läuft bis zum **8. August 2022** und deckt den gesamten deutschsprachigen Raum ab. Alle Teilnehmer:innen sichern sich mit ihrer Teilnahme an der Umfrage die Ergebnisse kostenfrei im Herbst.

Die neue exklusive Kooperation mit der »OBSERVER« GmbH in Österreich sowie die aus dem letzten Jahr fortgeführte Zusammenarbeit mit der KünzlerBachmann Directmarketing AG heben das Potenzial und geben den Auftakt für eine Reihe weiterer strategischer Projekte in den Bereichen Kommunikation, LeadGen und Marktforschung.

Eine Teilnahme an der Online-Umfrage ist [hier](#) möglich.

#### Zur Autorin

Laura Budischin ist Kommunikationsberaterin bei ALTHALLER communication Gesellschaft für Marktkommunikation mbH in München. Die Content Marketing und Social Media Expertin unterstützt B2B-Unternehmen bei Ihrer passgenauen und glaubwürdigen Markt- und Unternehmenskommunikation u.a. über Social Media und in zielgerichteten Leit- und Branchenmedien. Zudem ist sie Projektleiterin der Studie „Social Media in der B2B-Kommunikation“ 2022.

[www.althallercommunication.de](http://www.althallercommunication.de)