

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6344/1624229/nur-jedes-dritte-deutsche-unternehmen-hat-eine-social-media-strategie> abgerufen werden.

news aktuell GmbH

Nur jedes dritte deutsche Unternehmen hat eine Social-Media-Strategie

02.06.2010 - 10:19 Uhr, news aktuell GmbH

Hamburg (ots) - Nur ein Drittel der deutschen Unternehmen verfügt über eine Social-Media-Strategie. Gut jede vierte Firma stellt zusätzliche finanzielle Mittel für die Web2.0-Kommunikation bereit. Das ergab die Umfrage "Social Media in Unternehmen" der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Mehr als 1.700 Pressesprecher und PR-Fachleute haben sich beteiligt.

Dass ihr Unternehmen bereits über eine Strategie im Web 2.0 verfügt, meinten 32,5 Prozent der befragten Mitarbeiter aus Pressestellen. Gut jeder zweite berichtet zumindest, derzeit an einer Strategie zu arbeiten (52,2 Prozent), während jeder zehnte zugab, sich noch gar nicht mit dem Thema auseinandergesetzt zu haben (10,2 Prozent). Gut jedes zwanzigste Unternehmen will auch in Zukunft von kommunikativen Maßnahmen in sozialen Netzwerken die Finger lassen (4,3 Prozent). Am aktivsten setzten Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich bei der Kommunikation auf das Web 2.0. Von ihnen haben 38 Prozent bereits eine Social-Media-Strategie. Das Schlusslicht bilden Verwaltungen und Verbänden: weniger als ein Viertel von ihnen engagiert sich strategisch bei Twitter, Facebook & Co. (23,6 Prozent).

Die Kommunikation im Web 2.0 wird bei den meisten deutschen Unternehmen als kostengünstiger Zusatzkanal angesehen, um mit Kunden und potentiellen Interessenten in Kontakt zu treten. Nur gut jede vierte Presseabteilung kann sich in diesem Jahr über ein Budget für Social-Media-Kommunikation freuen (28,2 Prozent). Eine interessante Lücke, da schließlich die Mehrheit das Thema Social Media weit oben auf der eigenen Agenda ansiedelt. Aktuell beurteilen fast zwei Drittel der Mitarbeiter von Pressestellen die Kommunikation in sozialen Netzwerken als wichtig ("sehr wichtig" 17,3 Prozent, "eher wichtig" 44,6 Prozent). Anders sehen es dagegen die PR-Agenturen. Sie sagen, dass weniger als jede zehnte Firma Social Media für "sehr wichtig" hält (8,5 Prozent).

Weitere Ergebnisse:

* Social Media wird in deutschen Unternehmen für die Kommunikation nach außen am häufigsten in der Pressestelle eingesetzt (57,1 Prozent). Knapp dahinter folgt die Abteilung Marketing (51,4 Prozent). Jedes fünfte Unternehmen gibt an, soziale Netzwerke überhaupt nicht für den Kontakt nach außen einzusetzen (21,8 Prozent).

* Twitter & Co. sind heute noch nicht in der Chefetage angekommen. Nur gut jede zehnte Geschäftsführung ist selber im Web 2.0 aktiv. (13,4 Prozent)

* Der Personenkreis, der in den Unternehmen zur Kommunikation via Social Media berechtigt ist, ist eher klein. Meistens dürfen sich lediglich zwei bis fünf Mitarbeiter offiziell im Namen des Unternehmens in Social Networks äußern (55,6 Prozent). Nur jede zwanzigste Firma stellt ihren Mitarbeitern einen kompletten Freifahrtschein in sozialen Netzwerken aus (6,1 Prozent).

Untersuchungsdesign: Internetbefragung

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche Befragungszeitraum: 6. bis 11. Mai 2010 Teilnehmer: 1.705 Fach- und Führungskräfte aus PR- Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen. Die Ergebnisse sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

Die vollständigen Ergebnisse finden Sie unter:

Slideshare:

<http://www.presseportal.de/go2/PRTBlitzumfrage052010>

Blätterkatalog:

<http://www.newsaktuell.de/katalog/2010/PRTBlitzumfrage052010>

Blogbeitrag:

<http://www.newsaktuell.de/blog/author/jenspetersen/> Pressekontakt:

news aktuell

Leiter Unternehmenskommunikation

Jens Petersen

Telefon: 040/4113 - 32843

Fax: 040/4113 - 32855

petersen@newsaktuell.de

Originaltext:

news aktuell GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6344/news-aktuell-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6344.rss2