

Presseinformation

Fast jedes Unternehmen nutzt Social Media – die meisten planlos

- **Experten-Umfrage: Social-Media-Strategien unverzichtbar, aber kaum vorhanden**

Corporate Social Media in Deutschland fast flächendeckend genutzt

Hamburg, den 28. September 2016 – In der deutschen Wirtschaft verzichtet kaum ein Unternehmen mehr auf Soziale Medien. Das zeigt eine aktuelle Umfrage unter Unternehmenspressestellen und PR-Agenturen: 92 Prozent der befragten Mitarbeiter aus Pressestellen geben an, dass ihr Unternehmen über Social Media kommuniziert. Das gleiche gilt für die größten Kunden von 86 Prozent der PR-Profis in Agenturen. Trotzdem erfolgt der Einsatz in den meisten Unternehmen planlos, denn nur eine Minderheit verfügt tatsächlich über eine Social-Media-Strategie. Das zeigt der Social-Media-Trendmonitor „Social Media: Kommunikation, Strategie, Ziele“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell, für den 640 Mitarbeiter aus PR-Agenturen und Pressestellen befragt wurden.

Social-Media-Strategie: Für die Mehrheit unverzichtbar, nur bei einer Minderheit vorhanden

Eine Social-Media-Strategie ist zwingend erforderlich, um Erfolg im Web 2.0 zu haben. Diese Einschätzung vertreten 56 Prozent der befragten Mitarbeiter aus Pressestellen und 69 Prozent der Experten aus PR-Agenturen. Trotzdem geht nur eine Minderheit tatsächlich planvoll vor: Lediglich rund vier von zehn Befragten aus Pressestellen, bei denen Soziale Medien zum Einsatz kommen, geben an, dass ihr Unternehmen über eine ausformulierte Social-Media-Strategie verfügt. Gleiches gilt für die Mitarbeiter von PR-Agenturen und ihre größten Kunden.

Verwaltungen und Verbände besonders planlos im Web 2.0

Selbst unter den Pressestellen-Mitarbeitern aus Unternehmen, die bereits fünf Jahre oder länger in den Sozialen Medien aktiv sind, verfügt erst die Hälfte über eine Social-Media-Strategie. Besonders schwach fällt das Bild bei Verwaltungen und Verbänden aus: Hier geht mit 32 Prozent nicht mal ein Drittel planvoll vor.

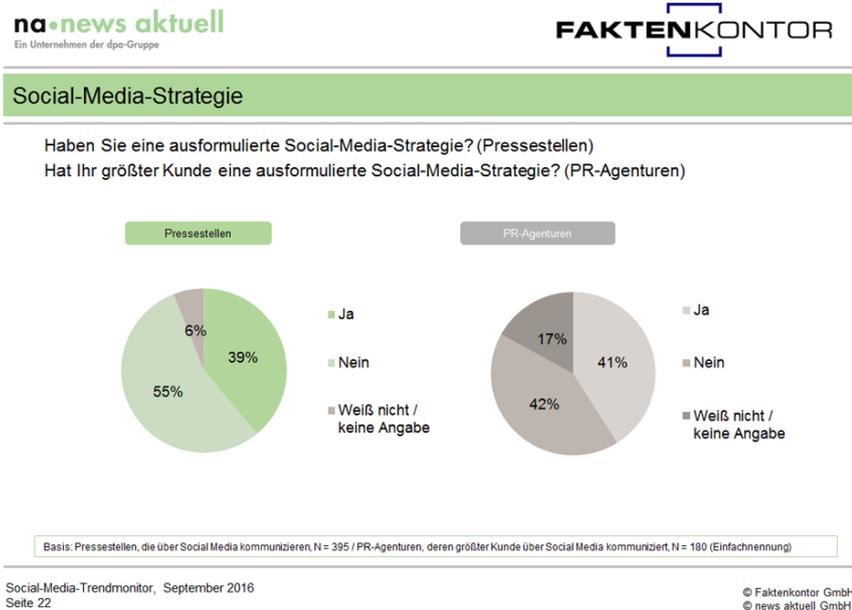
Aufwärtstrend sichtbar

Ein kleiner Silberstreif: Immerhin zeichnet sich ein Aufwärtstrend hin zu einem professionelleren Web-2.0-Einsatz ab. 69 Prozent der Mitarbeiter aus Pressestellen von Unternehmen, die in den Sozialen Medien bislang ohne Strategie aktiv sind, bestätigen, dass so eine Social-Media-Strategie bei ihnen derzeit entwickelt wird oder diese Entwicklung demnächst angegangen werden soll. Und unter den Unternehmen, die bereits über eine ausformulierte Social-Media-Strategie verfügen, geben 64 Prozent der Pressestellen-Mitarbeiter an, dass sie auch erst in den letzten drei Jahren entwickelt wurde.

Zitat Dr. Roland Heintze

„Die Zahlen zeigen: Im Bereich Corporate Social Media ist hierzulande noch viel zu tun - aber es wird auch angepackt“, sagt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte beim Faktenkontor. „Aber wer von dieser Entwicklung nicht abgehängt werden will, sollte dabei nicht zu langsam vorgehen.“

Grafik: Mangelware Social-Media-Strategie



Über den Social-Media-Trendmonitor

Für den Social-Media-Trendmonitor „Social Media: Kommunikation, Strategie, Ziele“ (Hamburg, September 2016) von der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell wurden 640 Mitarbeiter aus PR-Agenturen und Pressestellen befragt. Die Daten sind im Juli 2016 in Form einer Online-Umfrage erhoben worden. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <http://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 75,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

Faktenkontor: Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de