

## Presseinformation

# Top-Manager haben wenig Vertrauen in die Social-Media-Kompetenz ihrer PR-Profis

- **Geld spricht Bände:**  
Social-Media-Budgets fließen an der Unternehmenskommunikation vorbei

*Social-Media-Kommunikation für 72% befragter Top-Manager Investitionsschwerpunkt*

*Hamburg, den 04. Mai 2017 – Die Chefetagen deutscher Unternehmen stellen verstärkt Gelder für den Einsatz Sozialer Medien bereit: 72 Prozent befragter Top-Entscheider geben an, dass die Social-Media-Kommunikation in ihrem Unternehmen einen Investitionsschwerpunkt darstellt. Allerdings bekommen die eigenen PR-Profis von dem Geldsegen nur recht wenig mit. Lediglich 38 Prozent befragter Mitarbeiter aus Presseabteilungen sehen in ihrem eigenen Betrieb erhebliche Investitionen in Soziale Medien. Das zeigt eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und der Kommunikationsberatung Faktenkontor. Befragt wurden 200 Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte aus Unternehmen aller Branchen und Größenklassen und 367 Mitarbeiter aus deutschen Pressestellen.*

*Nur rund die Hälfte der Social-Media-Budgets landen in der Unternehmenskommunikation*

**„Diese Diskrepanz bedeutet: Rund die Hälfte der Social-Media-Budgets der deutschen Wirtschaft fließen an den Abteilungen für Unternehmenskommunikation vorbei“,** sagt Jörg Forthmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. Offensichtlich sehen die deutschen Top-Manager große Erfolgspotenziale für die Sozialen Medien auch in anderen Abteilungen, insbesondere Marketing, Werbung und Vertrieb.

*Erwartungen vieler Pressestellen enttäuscht*

**„Viele Pressestellen hatten als fast selbstverständlich erwartet, dass der Ausbau der Social-Media-Kommunikation vor allem ihren Abteilungen zu Gute kommt“,** berichtet Forthmann. Schließlich seien sie als Profi-Kommunikatoren fachlich dafür prädestiniert. Jetzt müssen sie erleben, dass große Teile des Kuchens an andere Fachbereiche verteilt werden.

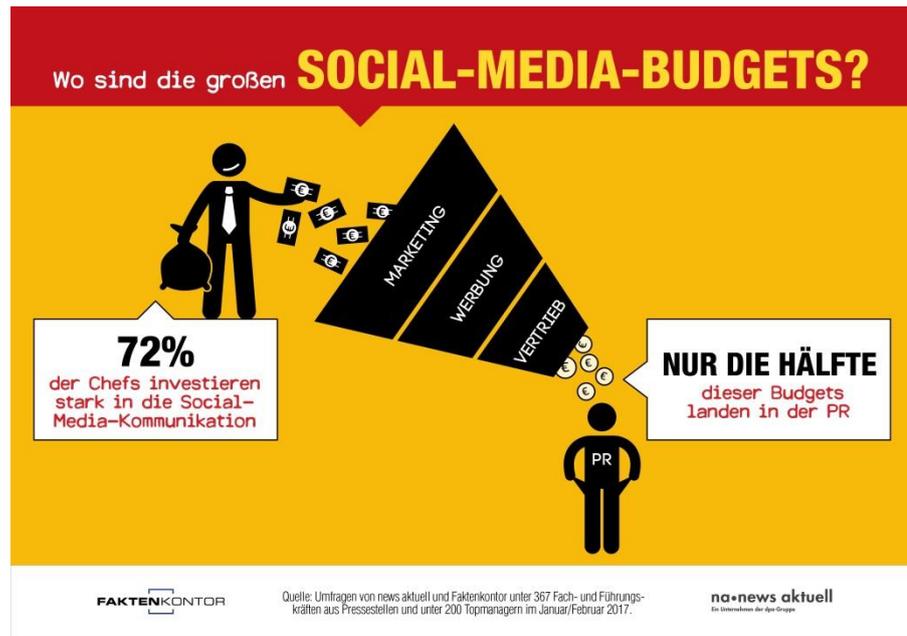
*Budget bekommt, wer den Unternehmenserfolg steigert*

**„Die Geschäftsführung weist Budget und Projektverantwortung in der Regel der Abteilung zu, bei der sie die besten Ergebnisse erwartet“,** so Forthmann. **„Zur Überraschung vieler Unternehmenskommunikatoren haben Marketing, Werbung und Vertrieb schnell gelernt, wie man mit dem Einsatz Sozialer Medien den Geschäftserfolg voranbringt. Um mehr Verantwortung, Personal und Geld für Social-Media-Projekte zu erhalten, müssen auch PR-Abteilungen genau das tun: Zeigen, wie sie über das Social Web den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens verbessern.“**

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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)

*Infografik:  
Wo sind die großen  
Social-Media-  
Budgets?*



*„Social Media aus  
Sicht von  
Führungskräften  
und Pressestellen“*

Für „Social Media aus Sicht von Führungskräften und Pressestellen“ (Hamburg, April 2017) von der Kommunikationsberatung Faktenkontor und der dpa-Tochter news aktuell wurden 200 Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte aus Unternehmen aller Branchen und Größenklassen und 367 Mitarbeiter aus Pressestellen verschiedener Unternehmen im Januar und Februar 2017 online befragt. Alle Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

*Faktenkontor:  
Berater für  
Unternehmens-  
und Vertriebs-  
kommunikation*

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](http://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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)