



## Ketchum-Pleon Studie: Social-Media- und Community-Strategien in deutschen Unternehmen noch unterentwickelt

Ketchum-Pleon Studie: Social-Media- und Community-Strategien in deutschen Unternehmen noch unterentwickelt  
Jeder dritte deutsche Community-Manager hat kein Konzept zur Erfolgsmessung / Den meisten Unternehmen fehlen organisationsübergreifende Digital-Strategien und wirtschaftliche Zielsetzung für Social Media / Der Berufsstand braucht einheitliche Definitionen und Aufgaben  
Nur ein kleiner Teil der deutschen Unternehmen haben nach objektiven Kriterien ein ausreichendes Community Management. So fehlt es vielen an digitalen Strategien, konkreten Zielen und daraus messbaren Erfolgen für Social Media. Das ergab eine von Dr. David Wagner und Ben Ellermann initiierte Studie des Bundesverbands Community Management (BVCM) und der German Graduate School of Management Law Heilbronn (GGS), unterstützt von der Kommunikationsagentur Ketchum Pleon.  
Ein weiteres dramatisches Ergebnis der Umfrage unter 256 Community Managern: 39 Prozent der Unternehmen haben kein Konzept zur Erfolgsmessung und nur 35 Prozent messen mit KPIs auch businessrelevante Faktoren. "Kommunikation muss aber unbedingt auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens einzahlen. Das gilt natürlich auch für alle Social-Media-Maßnahmen", sagt Patrick Lithander, Geschäftsführer Digital bei Ketchum Pleon. Besonders erschreckend: Weniger als ein Viertel der Befragten gab an, überhaupt einen Erfolg der eigenen Tätigkeit nachweisen zu können.  
Lithander: "Viele springen auf den Social-Media-Zug auf, ohne festzulegen, wie das auf den Geschäftserfolg einzahlen soll." Zum Beispiel ergab die Umfrage, dass 69 Prozent der Unternehmen zwar eine Social-Media-Strategie haben, aber nur 46 Prozent mit einer Digitalstrategie aufwarten können. "Eine ganzheitliche digitale Transformation kann nur gelingen, wenn Social Media und digitale Kommunikation integraler Teil der Wertschöpfungskette werden."  
Symptomatisch für den in Deutschland immer noch neuen Beruf des Community Managers ist auch die uneinheitliche Definition und Kompetenzaufteilung für Social-Media-Manager in den befragten Unternehmen", betont Susanne Lämmer, Mitglied des BVCM-Studienteams: "Der Berufsstand braucht dringend einheitliche, anerkannte Ausbildungsroutinen, die den zunehmenden Anforderungen in diesem Bereich angemessen sind."  
Patrick Lithander beurteilte die Studie dennoch als Erfolg: "Wir kennen jetzt die Schwachpunkte und die Optimierungsfelder." Deshalb sollten Unternehmen schnell handeln und Versäumtes nachholen. Aber auch Agenturen müssen ihre Hausaufgaben machen und besser beraten.  
Die gesamte Studie gibt es hier zum Download: <https://www.bvcm.org/studie-zum-status-von-social-media-und-community-management-download-des-reports/>  
Details zur Umfrage  
Die Studie wurde vom Bundesverband Community Management e.V. (BVCM) in Kooperation mit der German Graduate School of Management Law Heilbronn (GGS) im Zeitraum 05/2015 bis 07/2015 durch eine Online-Befragung von 256 Social Media- Community-Managern durchgeführt. Ketchum Pleon GmbH, Know How AG, Lithium International Inc. und mixxt GmbH förderten die Untersuchung finanziell.  
Über BVCM  
Der Bundesverband Community Management e. V. für digitale Kommunikation Social-Media (BVCM) ist ein Berufsverband für Social-Media- und Community-Professionals in Deutschland. Er vertritt die Interessen von Community- und Social-Media-Managern, Social-Media-Beratern und -Referenten sowie von sonstigen Berufsständen rund um die digitale Kommunikation. Der BVCM hat es sich zum Ziel gesetzt, die verschiedenen Berufsbilder zu schärfen, zu professionalisieren und ihre Wahrnehmung in und Bedeutung für die Wirtschaft zu stärken.  
www.bvcm.de  
Über GGS  
Die GGS ist eine innovative Business School für Management und Recht (GGS). Sie bildet Manager und Nachwuchsführungskräfte aus und bietet die Chance, sich berufs begleitend für weiterführende Positionen in Unternehmen zu qualifizieren. Ziel ist es, verantwortungsbewusste Führungspersönlichkeiten zu entwickeln und so einen Beitrag zu nachhaltigem unternehmerischen Erfolg und Wirtschaftswachstum zu leisten. Darüber hinaus forscht die GGS im Bereich Management und Recht und berät zahlreiche Unternehmen.  
www.ggs.de  
Über Ketchum Pleon  
Ketchum Pleon ist eine der führenden Agenturen für Kommunikationsberatung in Deutschland und europäischer Marktführer für Corporate und Digital Communications, Public Affairs, Campaigning, Change, Healthcare, Brand und Sales Communications.  
2013 wurde sie vom Holmes Report zur "EMEA Consultancy of the Year" gewählt und 2013/15 Cannes PR Lions Gewinner. Das 1988 gegründete Unternehmen betreut deutschlandweit rund 200 Klienten, zu denen zahlreiche DAX-30 und Euro Stoxx-Unternehmen, Bundes- und Landesministerien sowie Non-Profit-Organisationen gehören. An den sieben Agenturstandorten sind allein in Deutschland rund 300 Berater tätig.  
www.ketchumpleon.de / www.kpg-blog.de  
Facebook: [www.facebook.com/KetchumPleonDeutschland](http://www.facebook.com/KetchumPleonDeutschland)  
Twitter: <https://twitter.com/ketchumpleonger>  
SlideShare: [www.slideshare.net/ketchumpleonger](http://www.slideshare.net/ketchumpleonger)  
Pressekontakt  
Petra Heinrich  
Ketchum Pleon  
+49 (0)211 9541-2113  
petra.heinrich@ketchumpleon.com

Die gesamte Studie gibt es hier zum Download: <https://www.bvcm.org/studie-zum-status-von-social-media-und-community-management-download-des-reports/>  
Details zur Umfrage  
Die Studie wurde vom Bundesverband Community Management e.V. (BVCM) in Kooperation mit der German Graduate School of Management Law Heilbronn (GGS) im Zeitraum 05/2015 bis 07/2015 durch eine Online-Befragung von 256 Social Media- Community-Managern durchgeführt. Ketchum Pleon GmbH, Know How AG, Lithium International Inc. und mixxt GmbH förderten die Untersuchung finanziell.  
Über BVCM  
Der Bundesverband Community Management e. V. für digitale Kommunikation Social-Media (BVCM) ist ein Berufsverband für Social-Media- und Community-Professionals in Deutschland. Er vertritt die Interessen von Community- und Social-Media-Managern, Social-Media-Beratern und -Referenten sowie von sonstigen Berufsständen rund um die digitale Kommunikation. Der BVCM hat es sich zum Ziel gesetzt, die verschiedenen Berufsbilder zu schärfen, zu professionalisieren und ihre Wahrnehmung in und Bedeutung für die Wirtschaft zu stärken.  
www.bvcm.de  
Über GGS  
Die GGS ist eine innovative Business School für Management und Recht (GGS). Sie bildet Manager und Nachwuchsführungskräfte aus und bietet die Chance, sich berufs begleitend für weiterführende Positionen in Unternehmen zu qualifizieren. Ziel ist es, verantwortungsbewusste Führungspersönlichkeiten zu entwickeln und so einen Beitrag zu nachhaltigem unternehmerischen Erfolg und Wirtschaftswachstum zu leisten. Darüber hinaus forscht die GGS im Bereich Management und Recht und berät zahlreiche Unternehmen.  
www.ggs.de  
Über Ketchum Pleon  
Ketchum Pleon ist eine der führenden Agenturen für Kommunikationsberatung in Deutschland und europäischer Marktführer für Corporate und Digital Communications, Public Affairs, Campaigning, Change, Healthcare, Brand und Sales Communications.  
2013 wurde sie vom Holmes Report zur "EMEA Consultancy of the Year" gewählt und 2013/15 Cannes PR Lions Gewinner. Das 1988 gegründete Unternehmen betreut deutschlandweit rund 200 Klienten, zu denen zahlreiche DAX-30 und Euro Stoxx-Unternehmen, Bundes- und Landesministerien sowie Non-Profit-Organisationen gehören. An den sieben Agenturstandorten sind allein in Deutschland rund 300 Berater tätig.  
www.ketchumpleon.de / www.kpg-blog.de  
Facebook: [www.facebook.com/KetchumPleonDeutschland](http://www.facebook.com/KetchumPleonDeutschland)  
Twitter: <https://twitter.com/ketchumpleonger>  
SlideShare: [www.slideshare.net/ketchumpleonger](http://www.slideshare.net/ketchumpleonger)  
Pressekontakt  
Petra Heinrich  
Ketchum Pleon  
+49 (0)211 9541-2113  
petra.heinrich@ketchumpleon.com

### Pressekontakt

BBDO Germany GmbH

40212 Düsseldorf

### Firmenkontakt

BBDO Germany GmbH

40212 Düsseldorf

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Dr. Olaf Göttgens, CEO, geführt. Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: strategisches Markenmanagement, klassische Werbung, Direktmarketing, Public Relations, Verkaufsförderung, Sponsoring, Events und Design sowie die Bereiche Multimedia und eBusiness.