BVDW: Deutsche Unternehmen setzen immer stärker auf Social Media

BVDW: Deutsche Unternehmen setzen immer stärker auf Social Media

85 Prozent der werbungtreibenden Unternehmen nutzen Social Media / Präsenzen in Social Networks und eigene Blogs sind die wichtigsten Einsatzgebiete / Bekanntheitssteigerung und Imageverbesserung gelten für Unternehmen als oberste Ziele
Düsseldorf, 31. Oktober 2012 - Mit fast 85 Prozent setzt eine große Mehrheit der deutschen Unternehmen auf Social Media. Damit steigt die Nutzung um 17 Prozent im Vorjahresvergleich. Das berichtet die Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. anhand einer aktuellen Befragung unter 140 werbungtreibenden Unternehmen. Laut der Studie geben mehr als sechs von zehn der befragten Unternehmen an, dass sich ihre bisherigen Social-Media-Aktivitäten gelohnt haben. Zu den wichtigsten Einsatzgebieten zählen Profile in sozialen Netzwerken wie Facebook, Präsenzen bei Twitter oder YouTube und ein eigenes Corporate Blog. Die Steigerung der Bekanntheit, die Imageverbesserung und ein besserer Zugang zu Zielgruppen und potenziellen Kunden gelten für die Unternehmen als oberste Ziele ihrer Aktivitäten in Social Media. Weitere Details aus der Studie "Social Media in deutschen Unternehmen" stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org .
Branchenübergreifende Professionalisierung von Social Media
"Für immer mehr deutsche Unternehmen lohnt sich der Einsatz von Social Media als fester Bestandteil in der Markenkommunikation. Insbesondere die werbungtreibende Industrie erkennt in Social Media klare Vorteile: Noch nie zuvor gestalteten sich der direkte Kundendialog und der Austausch mit Nutzern so einfach wie in Social Networks. Künftig wird kein Weg mehr an der branchenübergreifenden Professionalisierung von Aktivitäten in Social Media vorbeiführen", sagt Anna-Maria Zahn (ForschungsWeb), stv. Vorsitzende der Fachgruppe Social Media im BVDW.
Social Media setzt sich im Unternehmensalltag durch
Social Media ermöglicht es Nutzern und Unternehmen, sich einfach untereinander auszutauschen, sich miteinander zu vernetzen und Inhalte digital zu teilen und zu verbreiten. Dieses Potenzial haben deutsche Unternehmen für sich erkannt. Laut der BVDW-Studie setzt mit fast 85 Prozent eine große Mehrheit der werbungtreibenden Unternehmen auf Social Media. Damit steigen Nutzung und Einsatz von Social-Media-Maßnahmen um 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
Einsatz von Social Media lohnt sich für deutsche Unternehmen
Die Mehrheit der durch den BVDW befragten Unternehmen ist sich einig darüber, dass sich ihre bisherigen Aktivitäten in Social Media gelohnt haben. Mehr als sechs von zehn Unternehmen (63 Prozent) bestätigen einen positiven Nutzen. Hingegen hat sich der Aufwand und Betrieb von Social-Media-Aktivitäten für nur rund fünf Prozent nicht gelohnt. Der Vorjahresvergleich verdeutlicht, dass dieser Anteil an Unternehmen insgesamt um 67 Prozent gesunken ist.
Unternehmen zeigen Präsenz über Social Networks und Blogs
Zu den wichtigsten Einsatzgebieten in Social Media zählen für 89 Prozent der befragten Unternehmen die eigenen Profile in sozialen Netzwerken wie Facebook, Google+ oder XING. Im Vorjahresvergleich steigt dieser Wert um fast 11 Prozent. Twitter und ähnliche Kurznachrichtendienste werden von etwas mehr als der Hälfte der Unternehmen eingesetzt (56 Prozent), jedoch um rund 10 Prozent weniger als noch in 2011. Präsenzen auf Videoplattformen wie Youtube führen rund 41 Prozent der Unternehmen durch. Ein eigenes Corporate Blog betreiben über 40 Prozent. Die Veränderung dieser Einsatzgebiete bewegt sich um gut ein Prozent im Jahresvergleich.
Unternehmenseigene Social-Media-Plattformen rückläufig
Deutlich seltener bieten die Unternehmen eigene Plattformen und Entwicklungen an. Deutlich geringere Angaben machten die Unternehmen bei dem Einsatz von Fan-Communities (16 Prozent), unternehmenseigenen Online-Foren (13 Prozent) und Social Media Newsrooms (13 Prozent). Im Vergleich zum Vorjahr zeigen sich bei der Anwendung dieser Einsatzgebiete nahezu kaum Veränderungen.

Die wichtigsten Gründe für den Einsatz von Social Media
Als oberste Ziele in Social Media gelten im unternehmerischen Alltag sowohl die Steigerung der Bekanntheit (89 Prozent) als auch die Imageverbesserung (86 Prozent). Als weitere Zielsetzung geben 85 Prozent der befragten Unternehmen den Zugang zu bestehenden und potenziell neuen Kunden an. Für 79 Prozent spielt die stärkere Kundenbindung über Social Media eine Rolle in ihrer Zielsetzung.
Methodische Hinweise zur Studie
Das aktuelle Teilergebnis der BVDW-Studie "Social Media in Unternehmen" gewährt allen Marktteilnehmern einen detaillierten Einblick in die Social-Media-Aktivitäten der werbetreibenden Wirtschaft. Für den aktuellen Jahresvergleich von 2011 zu 2012 wurden insgesamt 140 werbungtreibende Unternehmen befragt. Die breit angelegte Studie umfasst Unternehmen aus den verschiedensten Branchen, darunter IT/Telekommunikation, Nahrungs-/Genussmittel, Medien/Verlage, Automobil-/Fahrzeug-/Zulieferindustrie und Versicherungen/Banken/Finanzdienstleister.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: <br /> http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_social_media_studie_2012/

Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.

Kontakt:
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
 www.bvdw.org
Ansprechpartner für die Presse:
Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=512476" width="1" height="1">

Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40221 Düsseldorf

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40221 Düsseldorf

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen. Der

BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen. Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert. Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.