



## Social Business-Benchmark: IBM führend in acht von neun Kategorien

Social Business-Benchmark: IBM führend in acht von neun Kategorien  
Umfassende Anbieter-Studie der Experton Group für deutschen Markt zeigt herausragende Position der IBM Social Business-Angebote - 18 Feb 2014: In einer aktuellen Studie hat die Experton Group die Social Business-Angebote unterschiedlicher Hersteller in ganzer Breite untersucht. IBM konnte sich hier in gleich acht von neun Kategorien an die Spitze des Anbieterfeldes setzen. So attestieren die Analysten IBM eine Führungsrolle in den Bereichen Social Enterprise Networking Suites, Social Collaboration Filesharing, Social Talent Management, Social Commerce, Social Media Marketing Management, Socialytics sowie Beratung und Integration. Die Studienergebnisse sind auch Gegenstand einer Roundtable-Diskussion mit den Experton-Analysten auf der CeBIT am 12. März. Die Social-Business-Landschaft in Deutschland wächst unaufhaltsam: Nach Vorhersagen der Experton Group steigen beispielsweise die Investitionen für Social Business für Communication Collaboration hierzulande in den Jahren 2013 bis 2016 durchschnittlich um über 50 Prozent jährlich. Im Gleichschritt mit dem starken Wachstum des Marktes nimmt auch die Zahl der Social-Business-Angebote zu. Mit dem Ziel, Kunden angesichts dieses Wachstums zuverlässige Entscheidungshilfen an die Hand zu geben, hat die Experton Group rund 100 Social-Business-Anbieter identifiziert und bewertet. Der "Social Business Vendor Benchmark 2014" ist der erste umfassende Anbietervergleich in Deutschland zu diesem Thema. Als "Social Business"-Angebote definiert die Studie professionelle Lösungen für verschiedene Anwendungsszenarien, die auf Prinzipien sozialer Netzwerke (zum Beispiel Informationen teilen statt senden) beruhen. Im Rahmen einer dreimonatigen Recherche untersuchten die Experten das Abschneiden der Anbieter in den folgenden neun Kategorien: Social Enterprise Networking Suites, Social Collaboration Filesharing, Social Talent Management, Social Commerce, Social CRM, Social Media Marketing Management, Socialytics, Beratung und Integration. Die Analysten positionierten die Angebote von IBM dabei in acht von neun Kategorien im jeweiligen Führungsquadranten. Lediglich im Bereich CRM, in dem das Unternehmen derzeit kein Angebot auf dem Markt hat, fehlt IBM. "Die Studie der Experton Group bestätigt unseren Social-Business-Kurs. IBM kann mit gutem Recht als Vorreiter bezeichnet werden. Früher als alle anderen - bereits 2007 - haben wir mit IBM Connections ein Social Networking-Flaggschiff vom Stapel gelassen, das seitdem unangefochten an der Spitze eines wachsenden Marktes fährt. Jetzt zahlt sich aus, dass wir die Chancen des Social Business schon ernst genommen hatten, als andere den Trend noch belächelten", so Barbara Koch, Social Business Leader, IBM. Als führend genannt wird IBM in folgenden Kategorien: Social Enterprise Networking Suites, Social Collaboration Filesharing: Hier führt IBM Connections den Markt in Punkto Vollständigkeit und Funktionsreichtum an. Mit der Ankündigung von IBM Mail Next auf der IBM Connect im Januar hat IBM einmal mehr Standards für die Integration von klassischer Kommunikation und Social Software gesetzt. Beratung, Integration: Mit der Social Business AGENDA hat IBM bereits sehr früh ein umfassendes und gründliches Beratungsangebot auf den Markt gebracht. Die AGENDA hat sich in zahlreichen Kundenprojekten bewährt. Social Talent Management: IBM hat früh erkannt, dass der Wettbewerb um die Talente der Generation Y für viele Unternehmen entscheidende Bedeutung gewinnen wird. 2012 hat sich das Unternehmen mit Kenexa einen führenden Anbieter für Social Talent Management ins Portfolio geholt. Mit der jüngsten Ankündigung der IBM Kenexa Talent Suite ist diese Lösung vollständig mit IBM Connections integriert. Social Media Marketing Management, Commerce: Mit den IBM Enterprise Marketing Management-Lösungen und den breitgefächerten Commerce-Angeboten trägt IBM der wachsenden Bedeutung der Kundeninteraktion im Handel Rechnung. Socialytics: Die Nutzung von Big Data, die durch die sozialen Kanäle generiert werden, ist ein weiteres wichtiges Entwicklungsfeld im Social Business. IBM hat hier führende Angebote für den verantwortungsvollen Gebrauch dieser Daten auf dem Markt - auch die bekannte IBM Watson Technologie trägt dazu bei. Diskussion auf der CeBIT Auf der CeBIT veranstaltet IBM eine Roundtable-Diskussion zum Thema "Social Business Unterm DACH: Social Business in Deutschland, Österreich und der Schweiz." Auf der Veranstaltung stellen Frank Heuer und Heiko Henkes von der Experton Group ihre Studie vor. Barbara Koch, Social Business Leader, und Michael Schikorra, Sales Lead IBM DACH, geben zudem einen Ausblick auf die Zukunft des Social Business. Die Diskussion findet am 12. März von 11:00 bis 12:00 Uhr im IBM Pressezentrum, Halle 2, Raum 5, statt. Kontaktinformation Beate Werlin Unternehmenskommunikation IBM Deutschland Social Business, Social Collaboration, Smarter Commerce +49 89 4504 1364 +49 172 839 35 51 Beate.Werlin@de.ibm.com 

### Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

### Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Ländergesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: [ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html](http://ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html) IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.