

Presseinformation

Neues Berufsbild Social Media Manager

- 10 Prozent aller Unternehmen haben Experten für das Web 2.0
- Chancen für Berufseinsteiger und erfahrene Kommunikationsprofis

Berlin, 10. Oktober 2011

Das Internet führt zur Entstehung immer neuer Berufsbilder: Aktuell sind in der Wirtschaft insbesondere Social Media Managerinnen und Manger gefragt. Bereits jedes zehnte Unternehmen in Deutschland hat Mitarbeiter, die sich gezielt um die Aktivitäten im Web 2.0 kümmern. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM ergeben, bei der 1.500 Firmen unterschiedlicher Branchen befragt wurden. „Das Social Web wird für Unternehmen als Kommunikationskanal immer wichtiger“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf. „Die Firmen reagieren darauf, indem sie neue Stellen für die Internet-Kommunikation schaffen.“ Social-Media- Spezialisten koordinieren, steuern und überwachen die Aktivitäten der Unternehmen in sozialen Online-Medien. Dazu gehören unter anderem Online-Netzwerke wie Facebook oder Xing, Informationsdienste wie Twitter oder Blogs und Video- und Foto-Communitys wie Youtube oder Flickr.

Social-Media-Spezialisten kommen bisher überwiegend bei großen Firmen zum Einsatz. Mehr als ein Viertel (28 Prozent) der befragten Unternehmen mit mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz haben bereits Mitarbeiter, die sich um die Kommunikation im Web 2.0 kümmern. Weitere 20 Prozent der Großunternehmen planen konkret die Schaffung einer entsprechenden Position in den kommenden sechs Monaten. Bei den mittelständischen Unternehmen mit einem Jahresumsatz von einer Millionen Euro bis 50 Millionen Euro verfügen immerhin 17 Prozent über Social Media Manager, weitere 4 Prozent planen entsprechende Stellen. Unter den Kleinunternehmen haben erst 4 Prozent einen Social Media Experten. Vorreiter in den verschiedenen Branchen sind ITK-Unternehmen mit einem Anteil von 23 Prozent, dicht gefolgt vom produzierenden Gewerbe mit 21 Prozent. Noch sehr zurückhaltend ist das Baugewerbe, wo nur 3 Prozent der Firmen einen Social Media Spezialisten beschäftigen.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
+49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher Konjunktur
und Wirtschaftspolitik
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Dr. Stephan Pfisterer
Bereichsleiter Personal
und Arbeitsmarkt
Tel. +49. 30. 27576-135
s.pfisterer@bitkom.org

Tobias Arns
Referent Social Media
Tel. +49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Neues Berufsbild Social Media Manager

Seite 2

„Das Berufsbild des Social Media Managers bietet Einsteigern und erfahrenen Kommunikationsexperten ein interessantes Betätigungsfeld, das neue Job-Perspektiven eröffnet“, sagte Kempf. Der BITKOM zeigt, welche Aufgaben Social Media Manager haben.

Auswahl und Einführung der Social-Media-Kanäle

Der Social Media Manager entwickelt Strategien, wie die Kanäle im Web 2.0 genutzt werden sollen. Wie die Strategie aussieht hängt davon ab, welche kommunikativen Ziele die Organisation verfolgt und welche finanziellen bzw. personellen Ressourcen dafür zur Verfügung stehen. Im Rahmen eines oder mehrerer Projekte werden die neuen Web-2.0-Tools, zum Beispiel Twitter-Kanäle, Facebook-Seiten oder Blogs, im Unternehmen eingeführt.

Betreuung der Social-Media-Kanäle

Im laufenden Betrieb schlüpft der Social Media Manager häufig in die Rolle eines Online-Redakteurs. Er spürt interessante Themen in der eigenen Organisation auf und überlegt, wie diese multimedial aufbereitet werden können. Das reicht bis zur Durchführung großer Kampagnen, die ausschließlich im Netz laufen. Zudem unterstützt er andere Mitarbeiter beim Einsatz sozialer Medien für ihre Arbeit. Dazu gehört zunächst die Ausarbeitung von Regeln für die Nutzung sozialer Medien, so genannter Social Media Guidelines.

Social Media Monitoring

Eine zentrale Aufgabe ist zu beobachten, was über das Unternehmen bzw. seine Produkte im Internet verbreitet wird. Unterstützung beim Social Media Monitoring liefern spezielle Programme, die der Social Media Manager auswählt und deren Ergebnisse er dann regelmäßig auswertet.

Was muss ein Social Media Manager mitbringen?

Social Media Managerinnen und Manager haben in der Regel ein Studium abgeschlossen. Neben Kommunikationswissenschaftlern bringen auch Betriebswirte mit Marketing- oder PR-Know-how sowie Sozial- oder Sprachwissenschaftler gute Voraussetzungen mit. Da das Berufsbild noch neu ist, gibt es aber noch keine klaren Vorgaben für die Ausbildung. Bewerber sollten eine starke Affinität zu sozialen Online-Medien haben und dort selbst aktiv sein. Wichtig ist ein ausgeprägtes technisches Verständnis. Social Media

Presseinformation

Neues Berufsbild Social Media Manager

Seite 3

Experten müssen keine Programmierer sein, sollten aber über die aktuellen technischen Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien gut informiert sein.

Methodik: Im Auftrag des BITKOM hat das Meinungsforschungsinstitut Aris deutschlandweit 1.500 Geschäftsführer und Personalverantwortliche von Unternehmen unterschiedlicher Branchen befragt. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtwirtschaft.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.350 Unternehmen, davon 1.000 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovative Wirtschaftspolitik und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.