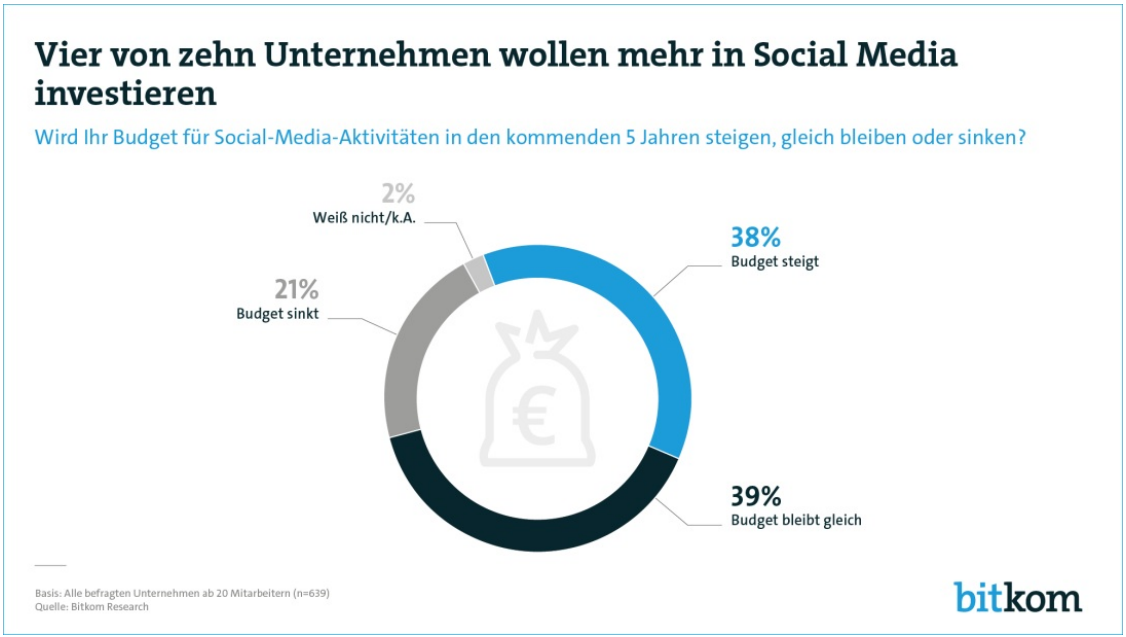
Bitkom e.V. |

Vier von zehn Unternehmen wollen mehr in Social Media investieren

- Große Mehrheit definiert Ziele und Zielgruppen für Social-Media-Aktivitäten
- Unternehmen wollen vor allem Traffic auf der Webseite und Bekanntheit steigern
- Mehr als jedes zehnte Unternehmen nutzt bereits Live-Videos



Berlin, 27. Juli 2017 - Mehr Ressourcen, zusätzliches Personal: Vier von zehn Unternehmen (38 Prozent) wollen ihr Budget für Social-Media-Aktivitäten in den kommenden fünf Jahren steigern. So lautet das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von 639 Unternehmen ab 20 Mitarbeitern im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Demnach sehen vor allem größere Unternehmen zukünftig einen höheren finanziellen Bedarf. Bei 39 Prozent aller Unternehmen wird das Budget gleich bleiben, 21 Prozent geben an, es zu senken. Aber 49 Prozent der Firmen mit mindestens 2.000 Beschäftigten sagen, dass ihr Budget für Social-Media-Aktivitäten steigt. „Erfolg mit Social Media gibt es nicht zum Nulltarif. Eine zielgruppengerechte Ansprache hilft, die Mittel sinnvoll einzusetzen. Es geht dabei nicht darum, alle Kanäle zu bespielen, sondern die zielgruppengerechten Plattformen mit der richtigen Strategie zu bedienen“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

9 von 10 Unternehmen (93 Prozent), die Social Media einsetzen, haben eine Zielgruppe definiert, die sie erreichen wollen und auf die sie ihre Aktivitäten abstimmen. Die meist genutzten Formate in der Kommunikation via Social Media sind dabei Texte (99 Prozent), Fotos (92 Prozent), Videos (57 Prozent) und Infografiken (47 Prozent). Nur selten eingesetzt werden Live-Videos (12 Prozent) und Audio-Content, etwa Musik oder Podcasts (10 Prozent).

Als Ziel der Social-Media-Aktivitäten geben die meisten Unternehmen an, die Zahl der Besucher auf der Unternehmenswebsite und die Bekanntheit der eigenen Produkte oder Marken erhöhen zu wollen (je 94 Prozent). 88 Prozent sagen, dass sie mit ihren Social-Media-Aktivitäten Dialogbereitschaft zeigen wollen, 86 Prozent möchten die Bekanntheit des Unternehmens steigern. Auch die Kundengewinnung und die Imageverbesserung (je 85 Prozent) sind oft genannte Ziele. 47 Prozent geben an, über Social Media auch neue Mitarbeiter gewinnen zu wollen. Generell werden diese Ziele auch erreicht: Nur 22 Prozent sagen, dass sie die Mehrheit ihrer Ziele nicht erreichen, 29 Prozent erreichen den Großteil, 47 Prozent immerhin die Hälfte. Eine Erfolgskontrolle für die eigenen Social-Media-Aktivitäten gibt es allerdings nur in weniger als zwei von drei Unternehmen (63 Prozent). „Die Erfolge – und Misserfolge – der Social-Media-Kommunikation lassen sich leicht messen. Ihre Evaluation sollte in allen Unternehmen zum Standard werden. Nicht nur für diejenigen Unternehmen,

die viel investieren, lohnt es sich, auch den Output zu messen“, so Rohleder.

Zur Methodik: Die Angaben basieren auf einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Dabei wurden 639 Geschäftsführer und Vorstände von Unternehmen ab 20 Mitarbeitern befragt. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtwirtschaft.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Dr. Florian Bayer
Bereichsleiter Digital Marketing & Vertrieb
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Vier-von-zehn-Unternehmen-wollen-mehr-in-Social-Media-investieren.html***