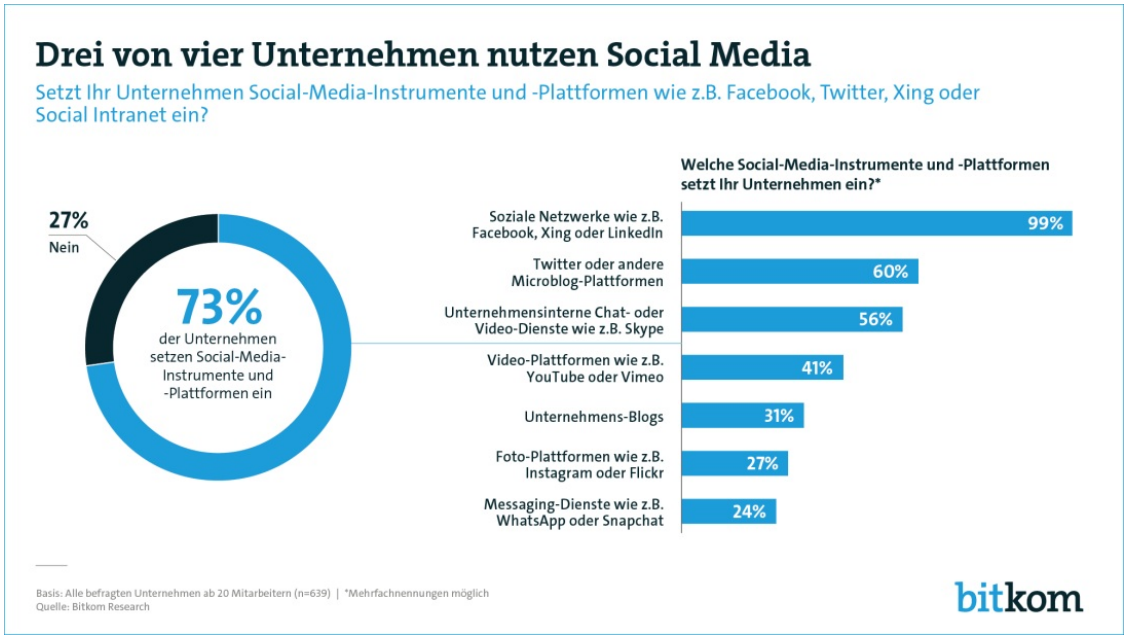
Bitkom e.V. |

Social Media: Fast jedes zweite Unternehmen hat im Netz schon Gegenwind bekommen

- Rund drei Viertel der Unternehmen setzen Social Media ein
- Jedes vierte Unternehmen hat schon Produktkritik im Netz bekommen
- Mehrheit rechnet mit steigendem Personal- und Ressourcenbedarf für Social Media



Berlin, 14. Juli 2017 – Die meisten Firmen wissen mittlerweile, dass sie an sozialen Netzwerken nicht mehr vorbeikommen. So nutzen 73 Prozent der Unternehmen heute Social Media. Je größer ein Unternehmen, desto häufiger setzt es Soziale Plattformen wie zum Beispiel Facebook oder Twitter ein. Bei den großen Unternehmen ab 500 Mitarbeitern sind es nahezu alle, bei den Unternehmen mit 100 bis 499 Beschäftigten sind es 88 Prozent, bei den kleineren ab 20 Mitarbeitern 68 Prozent. So lautet das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Als wichtigstes Instrument der Social-Media-Kommunikation sehen Unternehmen Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing und LinkedIn, die bei 99 Prozent zum Einsatz kommen. Es folgen Twitter (60 Prozent) und Videoplattformen wie YouTube oder Vimeo (41 Prozent). Foto-Plattformen wie zum Beispiel Instagram oder Flickr nutzen 27 Prozent, Messaging-Dienste wie WhatsApp oder Snapchat nutzen 24 Prozent. Lokale Bewertungsportale wie Foursquare oder Yelp verwenden immerhin noch 10 Prozent. „Soziale Netzwerke sind ein wichtiges Marketing-Instrument für Unternehmen, um ihre Markenidentität zu stärken. Gerade jüngere Zielgruppen sind über klassische Kanäle wie Printprodukte kaum noch zu erreichen. Umso wichtiger ist ein starker Auftritt in den Sozialen Medien“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

Unternehmen, die Social Media noch nicht einsetzen, ist meist der personelle Aufwand zu hoch (36 Prozent). Auch rechtliche Unsicherheiten (24 Prozent), fehlender Nutzen (21 Prozent), interne Widerstände und der finanzielle Aufwand (je 17 Prozent) werden als Gründe dafür genannt, dass Social Media nicht zum Einsatz kommt. 14 Prozent der Unternehmen sagen außerdem, dass sie nicht die notwendige fachliche Expertise haben, um über Soziale Medien zu kommunizieren.

Diejenigen, die Social Media einsetzen, sehen als größte Herausforderung für die Zukunft den steigenden Ressourcen- und Personalbedarf in diesem Bereich (75 und 64 Prozent). Auch der Datenschutz (60 Prozent) und die Einbindung in bestehende Unternehmensprozesse (56 Prozent) werden in Zukunft laut den Unternehmen Herausforderungen sein. Je 45 Prozent sehen den Umgang mit Big Data und Predictive Analytics sowie fehlende Kenntnisse im digitalen Bereich als

problematisch an.

Herausforderungen warten aber nicht nur in der Zukunft: 39 Prozent der Unternehmen, die Social Media einsetzen, haben schon einmal negative Erfahrungen in der externen Kommunikation gemacht. Meist werden sie dabei mit Kritik am Produkt (25 Prozent) oder an der Unternehmenspolitik (9 Prozent) konfrontiert. Von Beleidigungen und Diffamierungen berichten 7 Prozent der Unternehmen. Mit so genannten Shitstorms, also massiven Anfeindungen, hat nur ein sehr geringer Anteil von 3 Prozent zu kämpfen. „Firmen müssen ihren Auftritt im Internet professionalisieren und sollten dazu spezielle Social-Media-Manager einsetzen“, 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

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Fast-jedes-zweite-Unternehmen-hat-im-Netz-schon-Gegenwind-bekommen.html***