



„Social Media in der Unternehmenskommunikation“

Umfrage unter Beratungs- und
Dienstleistungsunternehmen für den
mittelständischen SAP-Markt

Heidelberg, November 2011

Studienbeschreibung

Ziel	Ermittlung des aktuellen Status der Social-Media-Aktivitäten von mittelständischen Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen im SAP-Umfeld
Methode	Onlinebefragung
Zielgruppen	Geschäftsführer sowie Mitarbeiter aus Vertrieb, Marketing und Unternehmenskommunikation von mittelständischen SAP-Partnern
Zeit	<ul style="list-style-type: none">▪ Durchführung, 29.09. bis 14.10.2011▪ Auswertung, 31.10. bis 04.11.2011▪ Veröffentlichung, 14.11.2011
Stichprobengröße	n=49
Durchführung	verclas & friends kommunikationsberatung gmbh

Themen

1. Nutzung von Social-Media-Kanälen
2. Vor- und Nachteile von Social Media
3. Gründe für den Einsatz von Social Media
4. Strategien für die Social-Media-Kommunikation
5. Bewertung von Social Media
6. Wichtigkeit von Social Media
7. Bewertungsprofil von Social-Media-Kanälen
8. Statistik

Ausgewählte Ergebnisse

- > Social Media sind in der privaten und beruflichen Kommunikation bei Mitarbeitern von mittelständischen SAP-Partnern angekommen.
- > Die meistgenutzten Social-Media-Kanäle der Anwender sind Facebook, Xing, Wiki, YouTube und LinkedIn. Die beliebtesten Anwendungen für die Unternehmen sind Xing und Facebook mit großem Vorsprung vor YouTube und Twitter. Google+, Social Bookmarks, Foto-Sharing und Myspace werden so gut wie gar nicht eingesetzt.
- > Den größten Vorteil von Social Media sehen die Teilnehmer in der „kostenlosen“ Vermarktung von Produkten und Informationen. Weiteren Nutzen sehen sie in den direkten und kurzen Kommunikationswegen, der hohen Reichweite sowie im Recruiting. Als Nachteile empfinden sie insbesondere die Datensicherheit sowie den Kontrollverlust über Informationen.

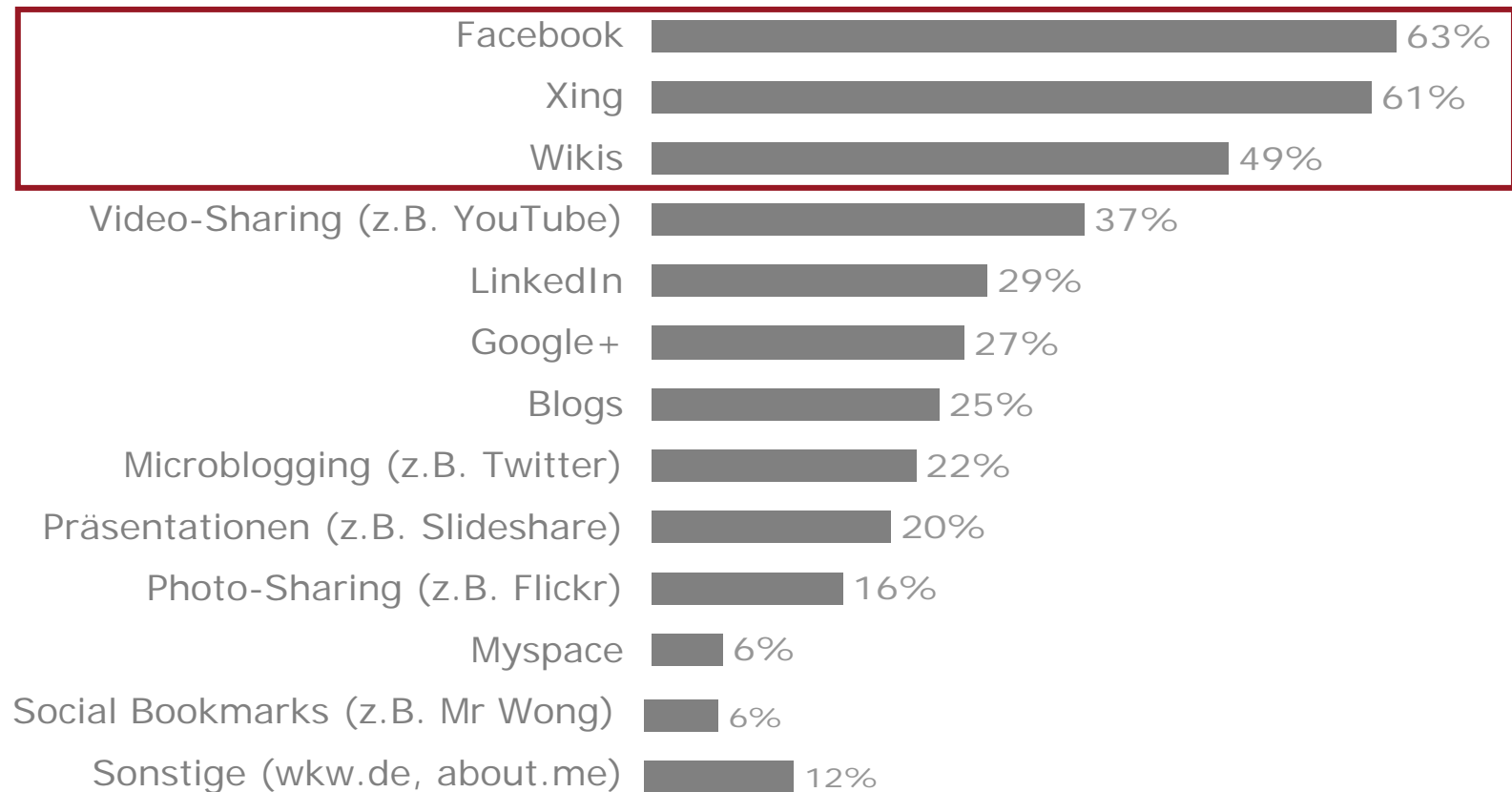
Ausgewählte Ergebnisse

- > Die Mehrheit der SAP-Partner, die Social Media nutzen, hat noch keine „richtige“ Social-Media-Strategie entwickelt. Nur rund ein Drittel dieser SAP-Partner integriert Social Media in die Unternehmenskommunikation.
- > Fast die Hälfte aller SAP-Partner, die Social Media nutzen, haben auch einen Social-Media-Verantwortlichen. Allerdings haben nur wenige Social-Media-Guidelines.
- > Die Mehrheit der befragten Unternehmen verlinkt die Social-Media-Kanäle mit deren Website. Aber nur ein Drittel verlinkt die Kanäle untereinander. Nur jeder 10. SAP-Partner hat einen Social-Media-Newsroom.
- > Die Teilnehmer haben gute private oder berufliche Erfahrungen mit Social Media gemacht. Sie können sich aber immer (noch) sehr gut ein Leben ohne Social Media vorstellen.

1. Nutzung von Social-Media-Kanälen

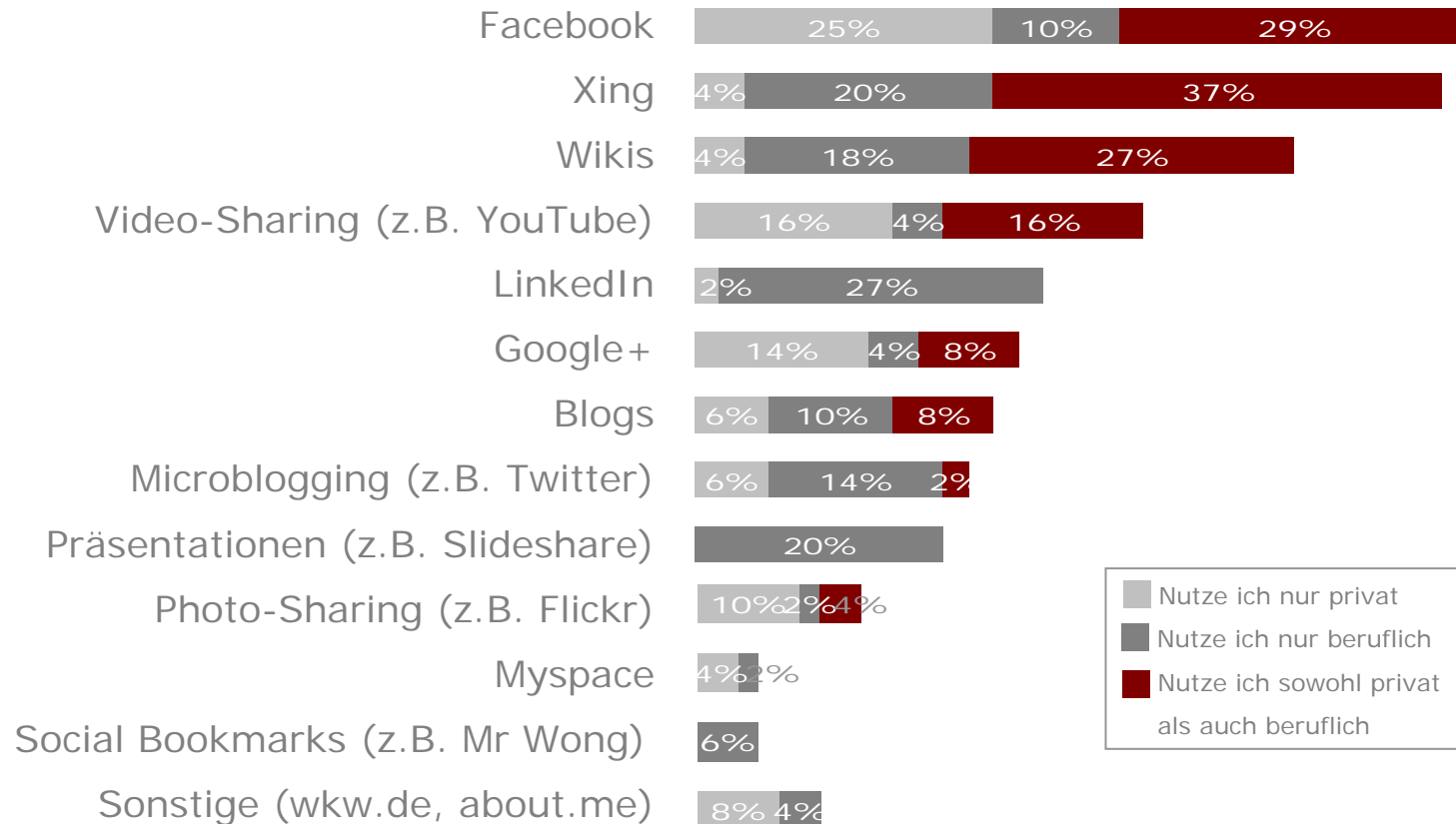
Frage 1: Welche dieser Social-Media-Kanäle nutzen Sie privat und/oder beruflich?

Gesamtnutzung



1. Nutzung von Social-Media-Kanälen

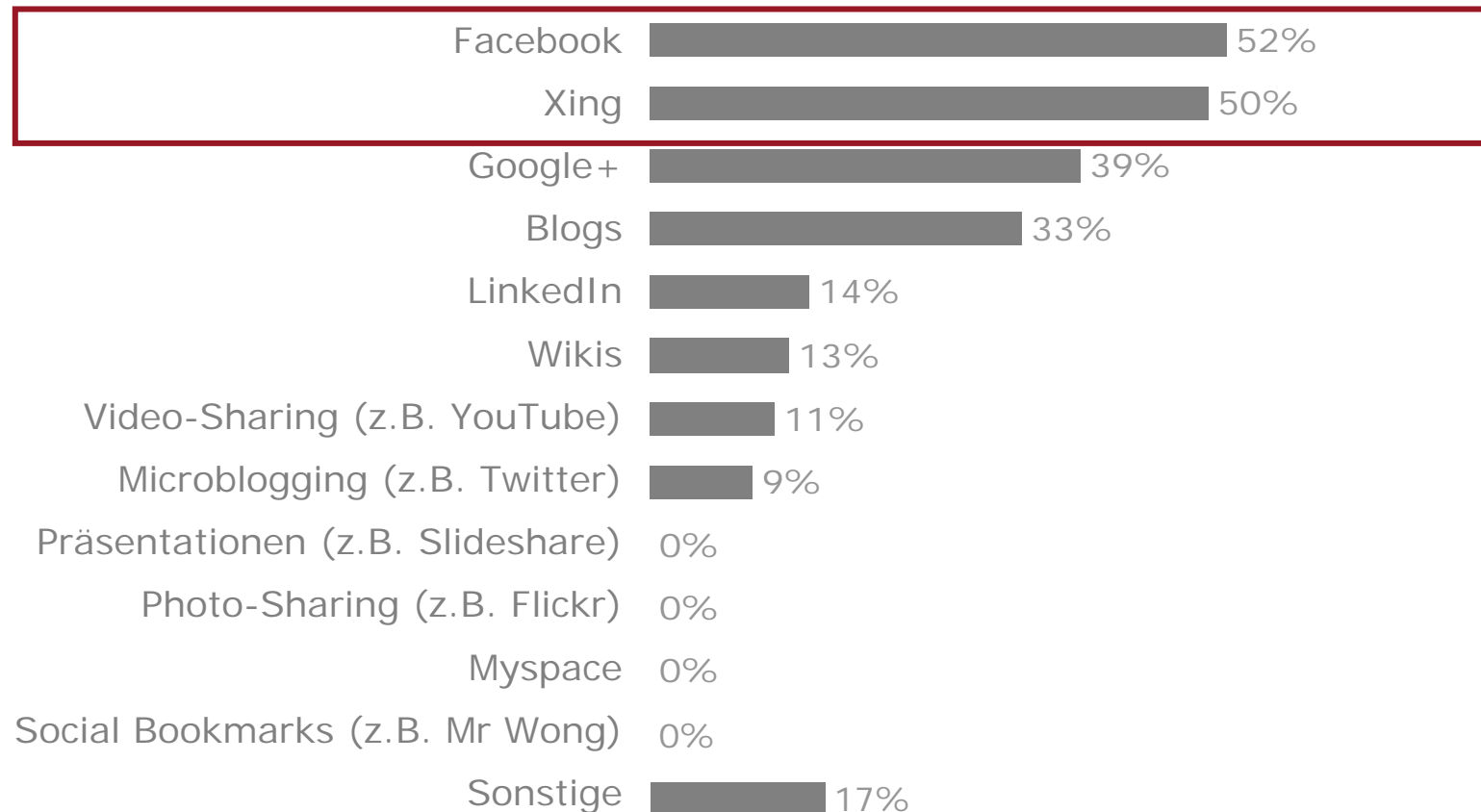
Frage 1: Welche dieser Social-Media-Kanäle nutzen Sie privat und/oder beruflich?



1. Nutzung von Social-Media-Kanälen

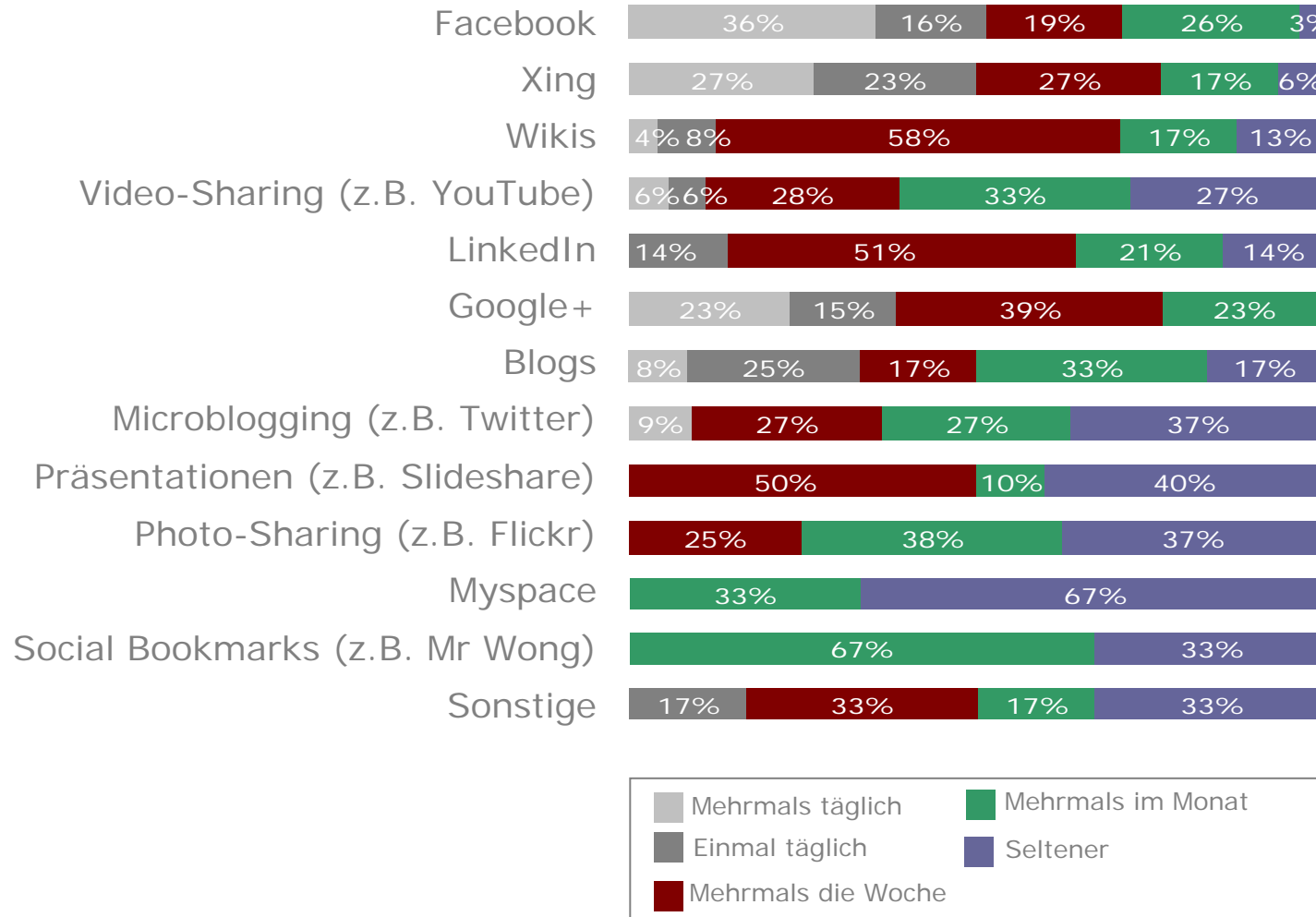
Frage 2: Wie häufig nutzen Sie diese Social-Media-Kanäle?

Tägliche oder mehrmals tägliche Nutzung



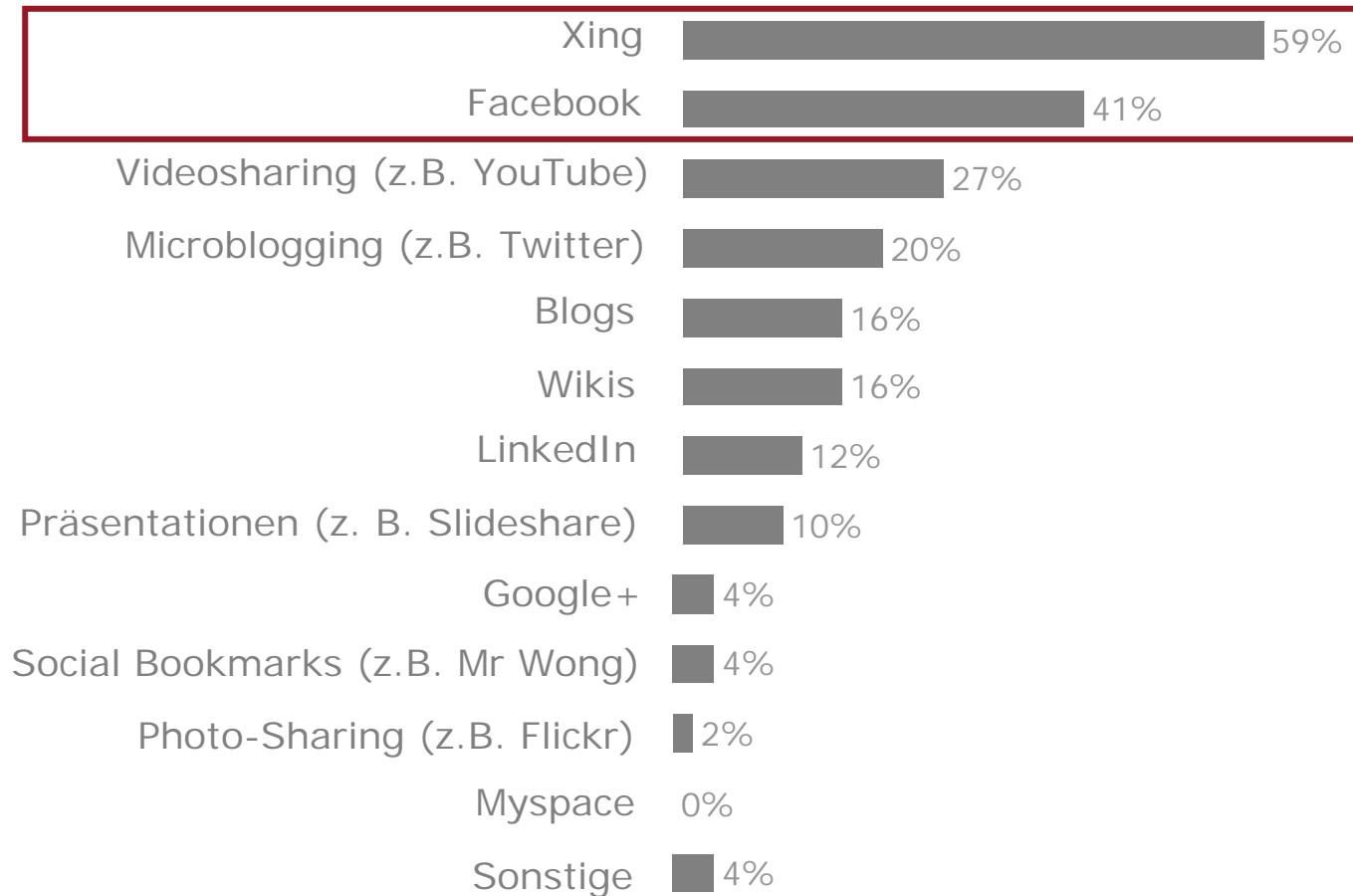
1. Nutzung von Social-Media-Kanälen

Frage 2: Wie häufig nutzen Sie diese Social-Media-Kanäle?



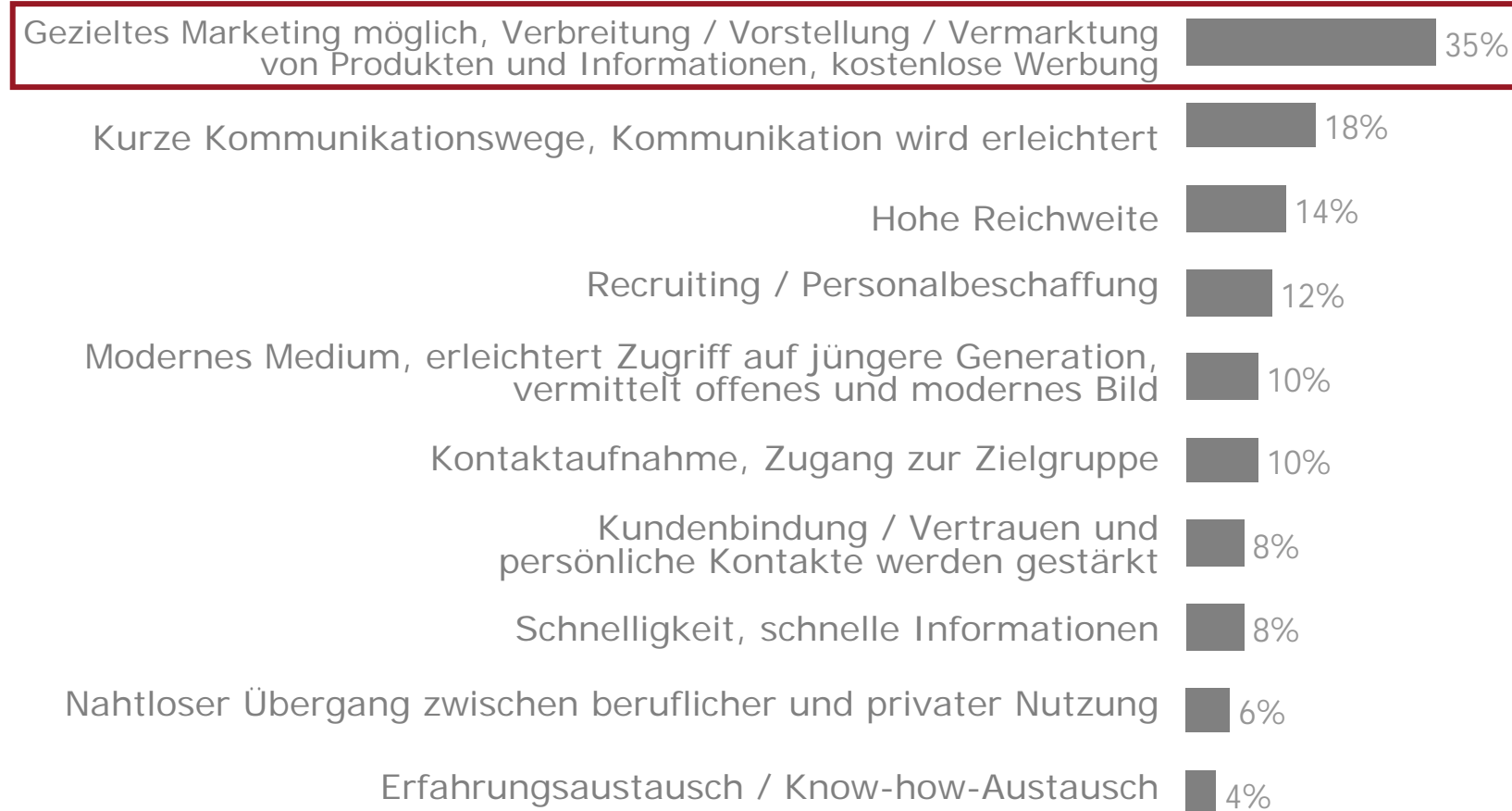
1. Nutzung von Social-Media-Kanälen

Frage 3: Auf welchen Social-Media-Kanälen ist Ihr Unternehmen offiziell zu finden?



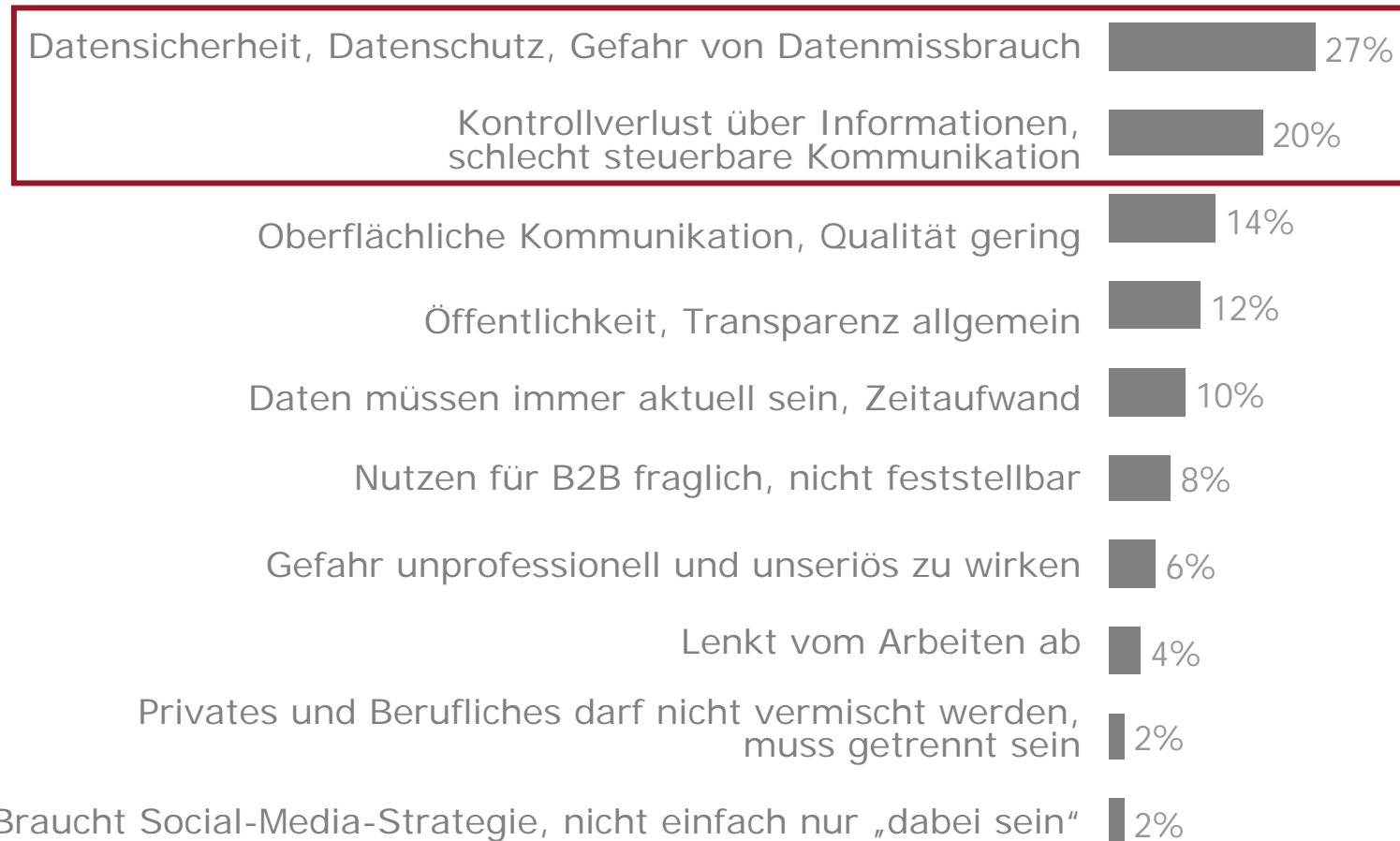
2. Vorteile von Social Media

Frage 4: Was sind die Vorteile der Nutzung von Social-Media-Kanälen für die Unternehmenskommunikation? Wo sehen Sie Chancen?



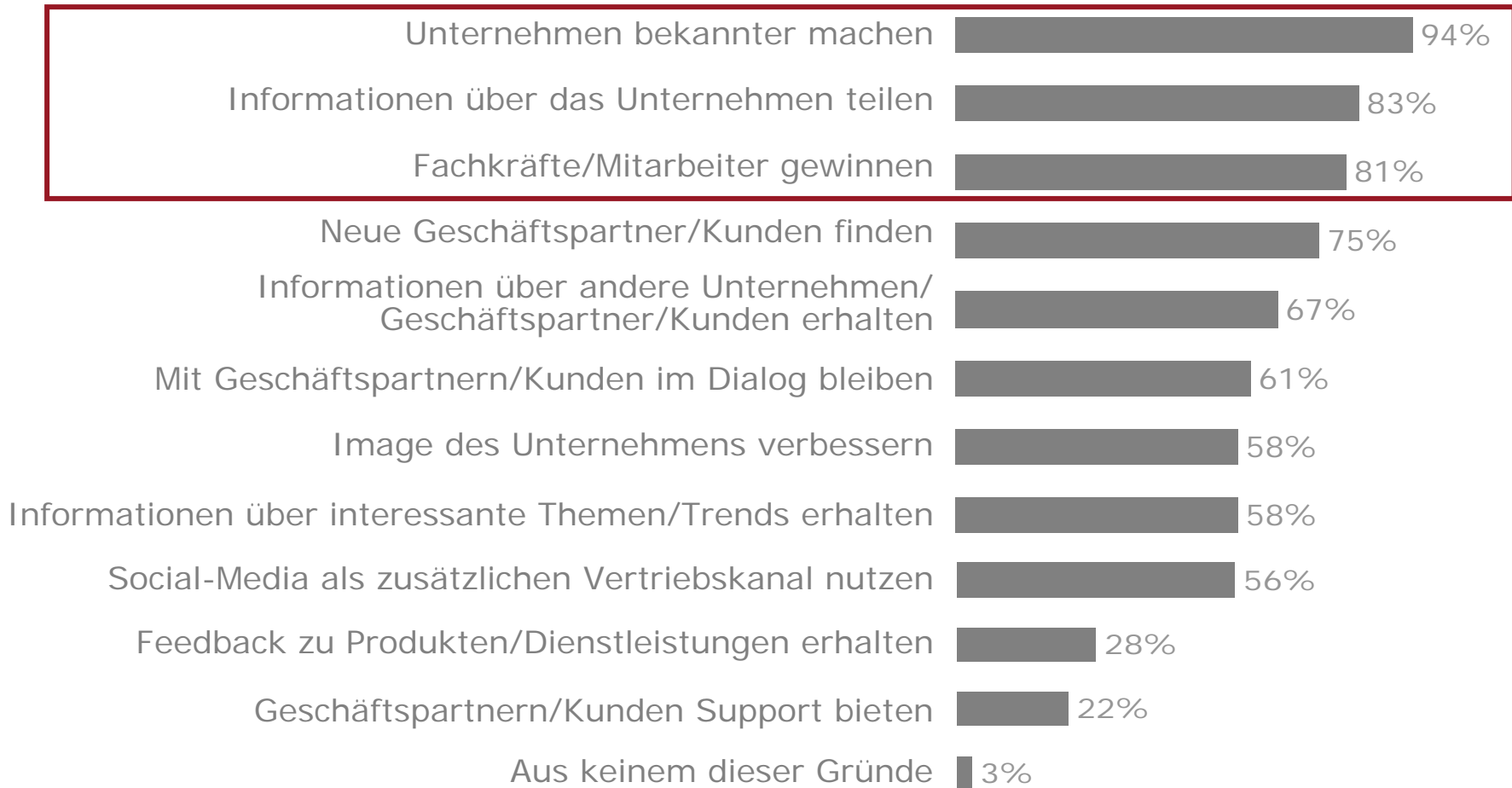
2. Nachteile von Social Media

Frage 5: Was sind die Nachteile der Nutzung von Social-Media-Kanälen für die Unternehmenskommunikation? Wo sehen Sie Risiken?



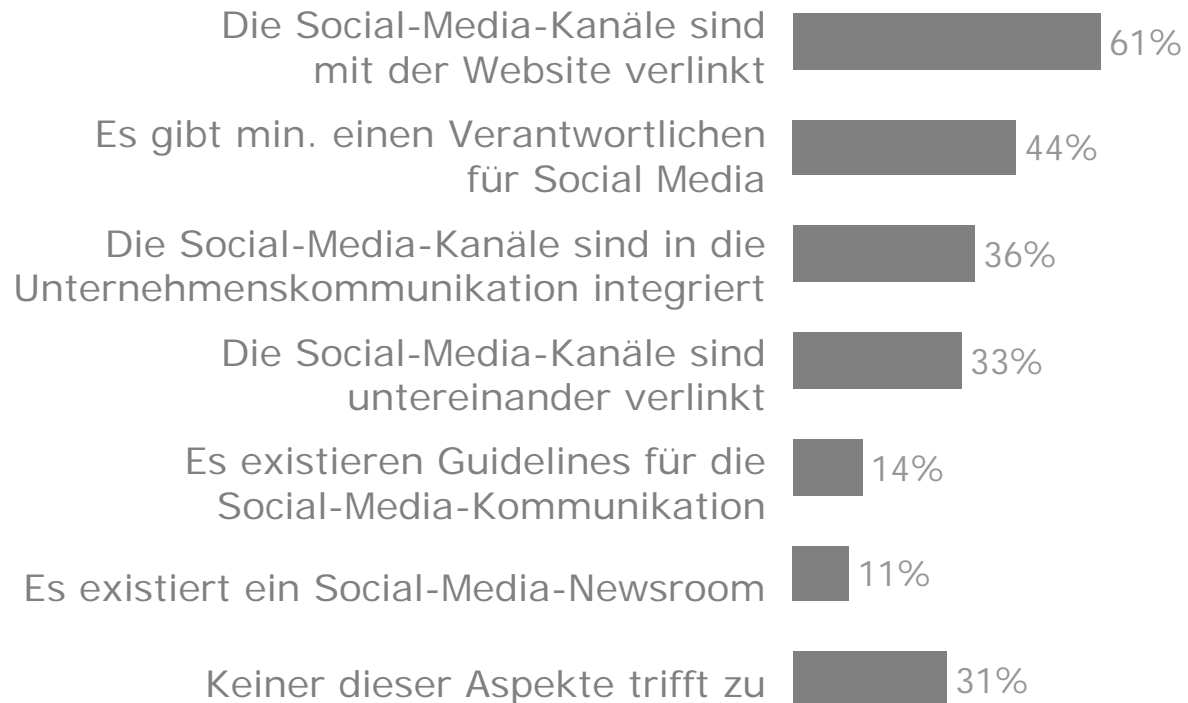
3. Gründe für Einsatz von Social Media

Frage 6: Aus welchen Gründen nutzt Ihr Unternehmen Social Media?



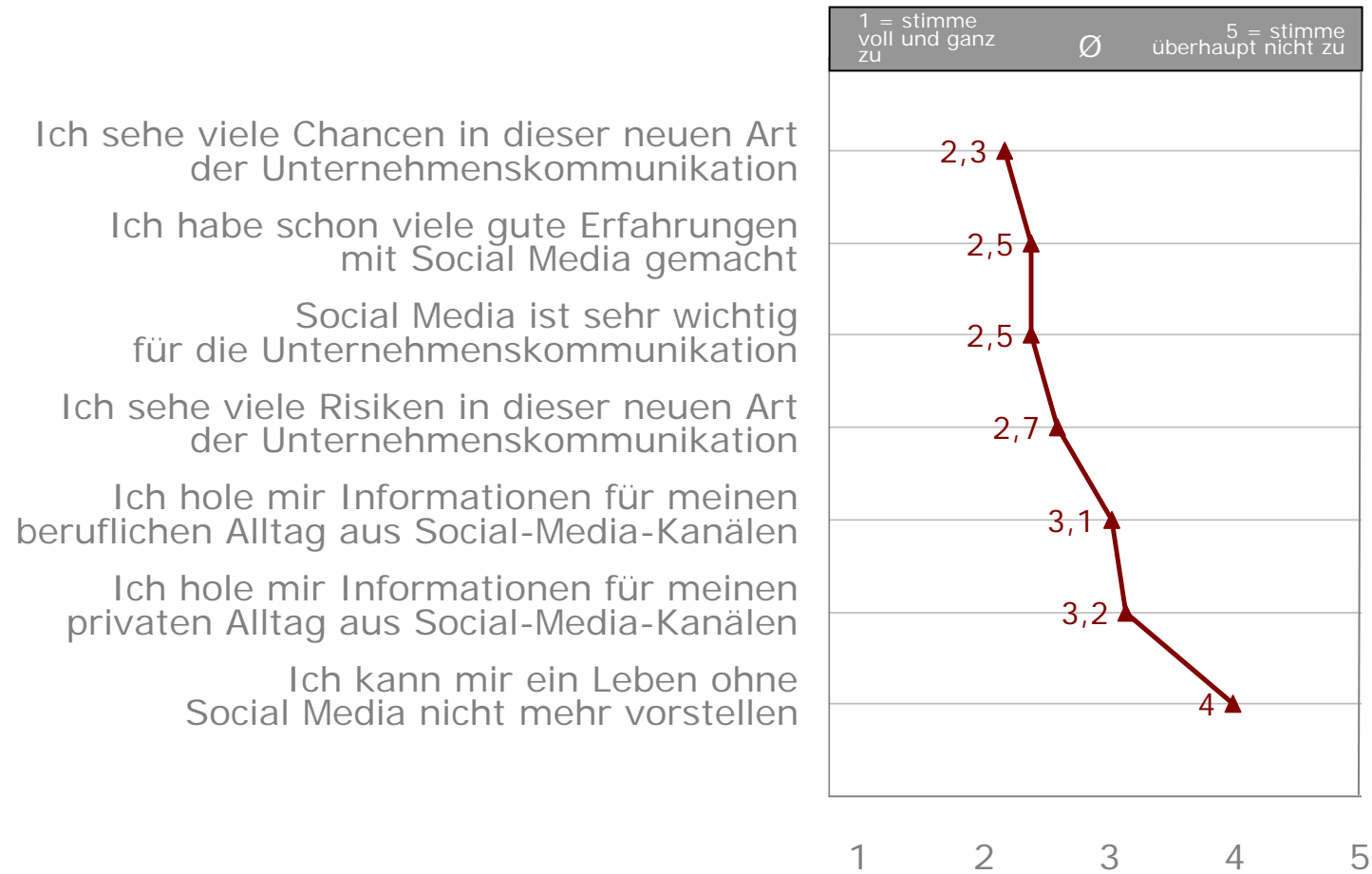
4. Strategien für die Social-Media-Kommunikation **verclas & friends** kommunikationsberatung gmbh

Frage 7: Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihre Social-Media-Strategie zu?



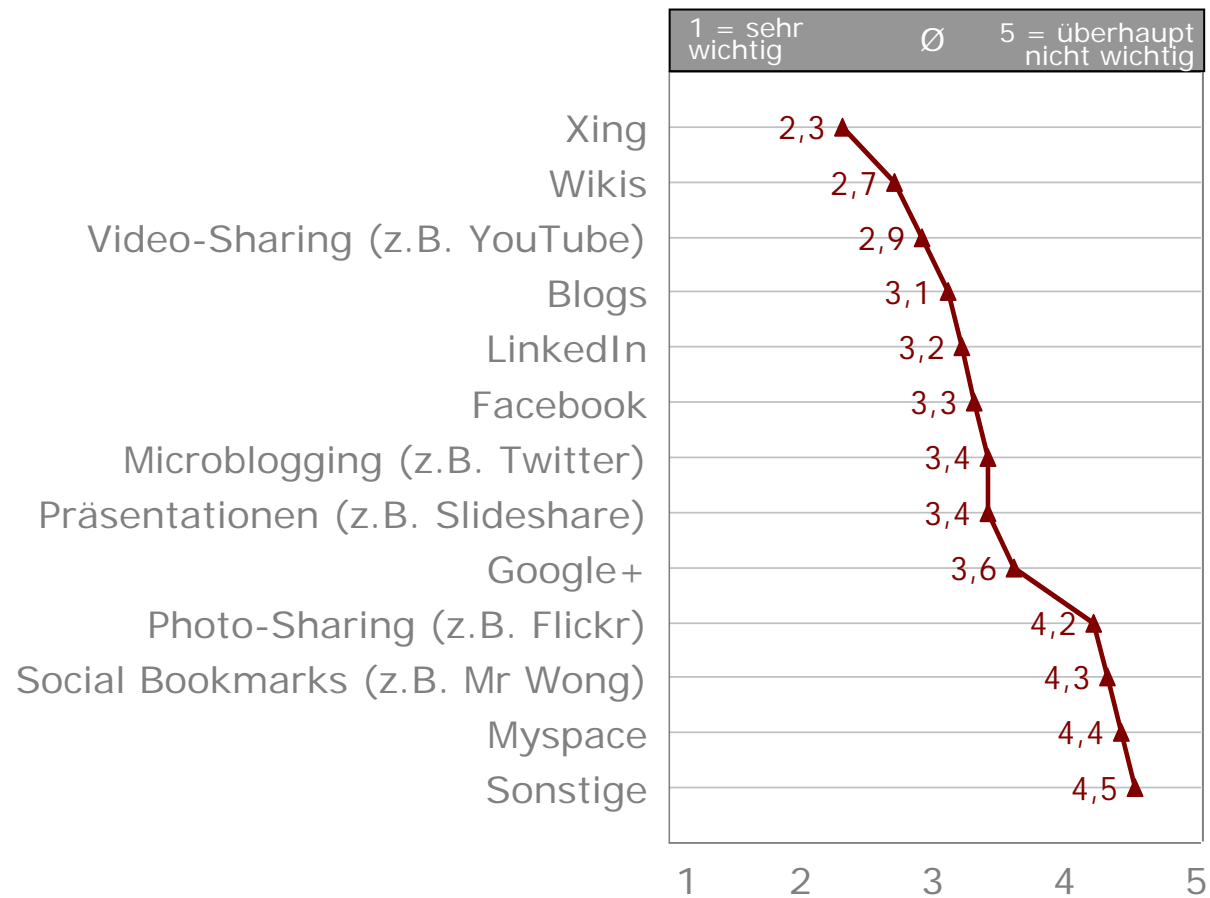
5. Bewertung von Social Media

Frage 8: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



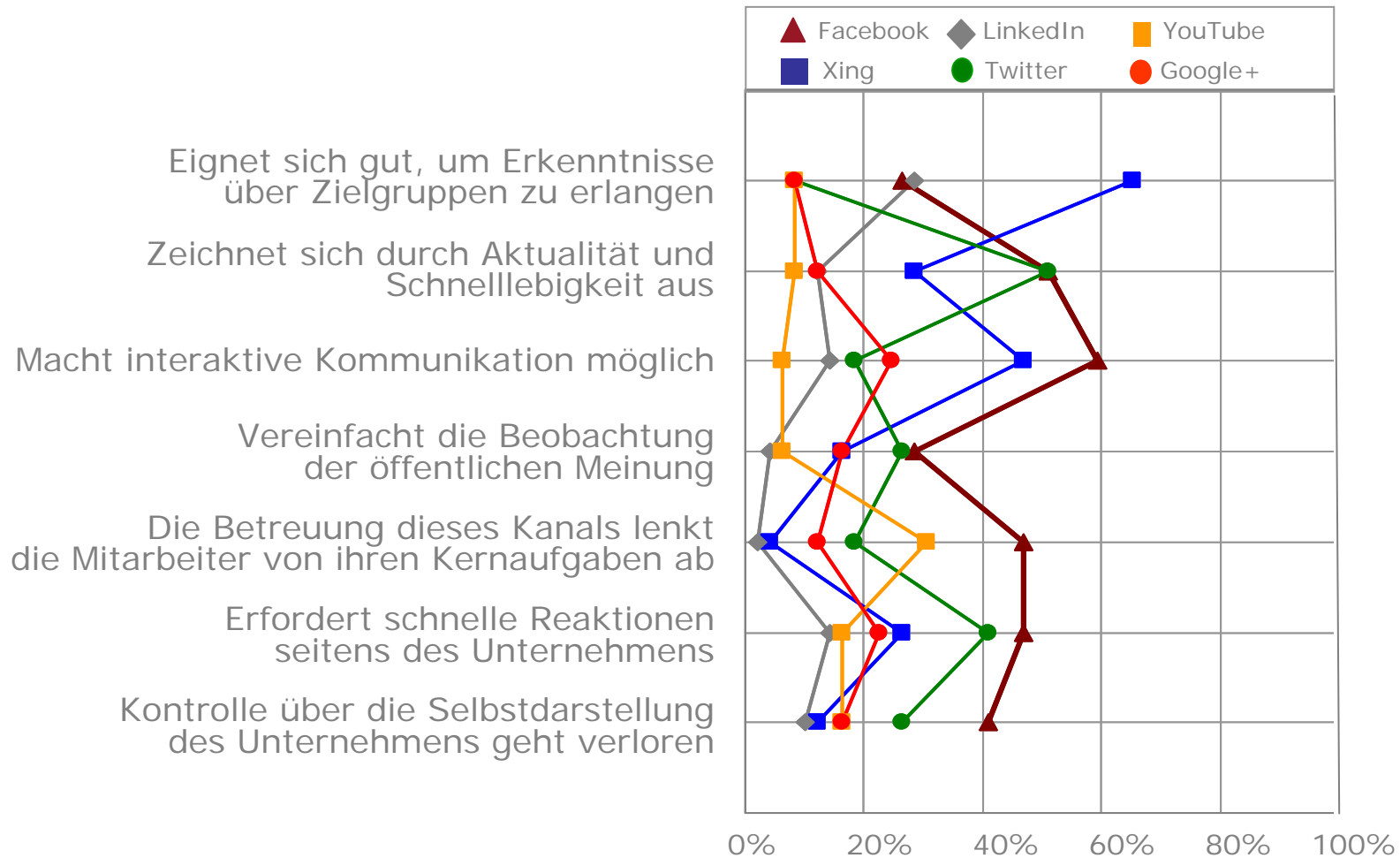
6. Wichtigkeit von Social Media

Frage 9: Für wie wichtig erachten Sie die folgenden Social-Media-Kanäle für die Unternehmenskommunikation?



7. Bewertungsprofil von Social-Media-Kanälen

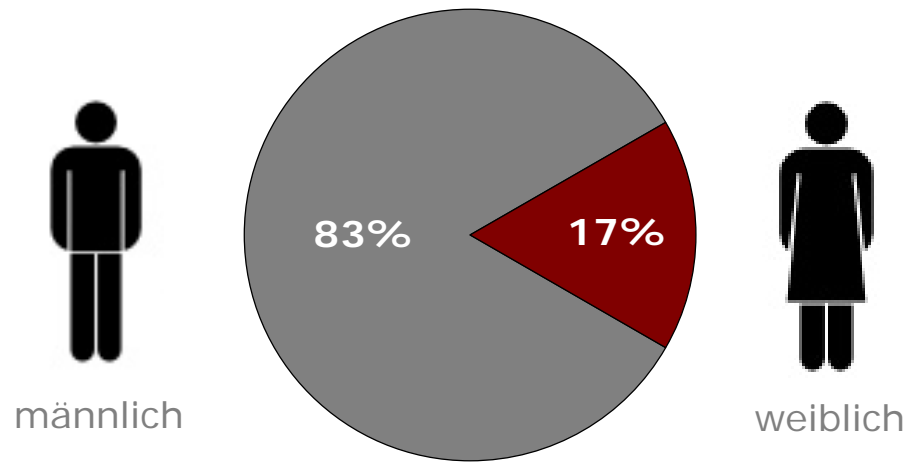
Frage 10: Auf welchen der Social-Media-Kanäle treffen die folgenden Aussagen besonders zu?



8. Statistik

Geschlecht

- mit Vorgaben; Einzelnennung -



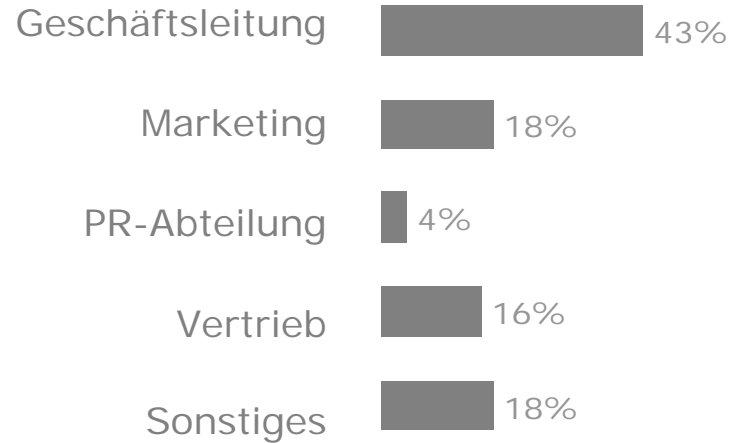
Alter

- ohne Vorgaben; Einzelnennung -

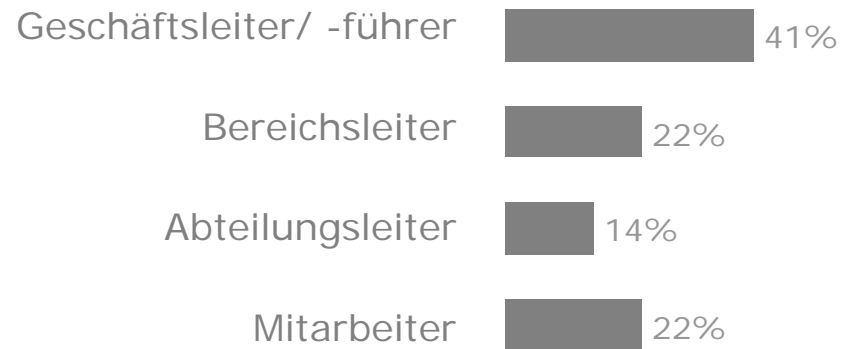
Ø 44,6 Jahre

8. Statistik

In welchem Bereich sind Sie in Ihrem Unternehmen tätig?



Welche Position bekleiden Sie?



9. Kontakt



Peter Verclas

verclas & friends
kommunikationsberatung gmbh
Gaisbergstr. 16
D-69115 Heidelberg

Telefon +49.6221.58787-35

Telefax +49.6221.58787-39

E-Mail peter.verclas@verclas-friends.de

Internet www.verclas-friends.de