

Presseinformation

Social Media lösen Kulturwandel in Unternehmen aus

- **Mitarbeiter teilen ihr Wissen und übernehmen mehr Verantwortung**
- **Social Media zunehmend relevant für den Geschäftserfolg**
- **BITKOM-Studie zum Einsatz von Social Business in der ITK-Branche**

Berlin, 27. März 2013

Der Einsatz von Social Media löst in vielen Hightech-Unternehmen einen Kulturwandel in Richtung einer offeneren Kommunikation aus. Das hat die Studie „Einsatz und Potenziale von Social Business“ des Bundesverbands BITKOM ergeben. Danach nutzen 59 Prozent der IT-Unternehmen Social Media sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation. „Der Einsatz von Social Media fördert eine offene Kommunikationskultur“, sagt BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf. „Das Teilen von Informationen wird selbstverständlich, Herrschaftswissen wird aufgelöst.“ Die Folge: Teams erzielen bessere Arbeitsergebnisse, Mitarbeiter beteiligen sich stärker an Entscheidungsprozessen und die Innovationskraft der Unternehmen steigt. Kempf: „Social Media tragen entscheidend zum Geschäftserfolg bei.“ Allerdings sei die breite Einführung und Nutzung von Social Business Lösungen für viele Unternehmen eine organisatorische Herausforderung. Denn Social Business betrifft nicht nur Marketing und PR, sondern nahezu alle Abteilungen. Unternehmen müssen ihre internen Abläufe und ihr Management anpassen, wenn sie die Potenziale von Social Media voll ausschöpfen wollen.

Nach den Ergebnissen der BITKOM-Umfrage setzen 90 Prozent der Social Media Nutzer in der ITK-Branche die Technologie für das Marketing ein und 85 Prozent für Public Relations. 58 Prozent nutzen Social Media im Personalwesen, 36 Prozent im Vertrieb und 25 Prozent im Kundenservice. Bereits 17 Prozent setzen soziale Medien in der Produktentwicklung ein. So können unter dem Stichwort Crowdsourcing Kunden, Partner und andere Interessierte in die Neuentwicklung und Verbesserung von Produkten oder Diensten eingebunden werden. Unternehmen nutzen für diese Zwecke einerseits externe Plattformen, zum Beispiel soziale Netzwerke wie Facebook oder spezialisierte Websites wie Innosabi. Andererseits kommen interne IT-Lösungen zum Einsatz, die als Social Software bezeichnet werden. „Externe und interne Social Media Anwendungen werden zunehmend mit der IT-Umgebung und den Geschäftsprozessen in den

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

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

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

Tobias Arns
Bereichsleiter Social Media
und Mobile
+49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Social Media lösen Kulturwandel in Unternehmen aus
Seite 2

Organisationen verknüpft“, sagt Kempf. Das sei zum Beispiel notwendig, wenn der Kundenservice auf eine Anfrage bei Facebook reagieren soll.

Laut der Studie hat der Einsatz von Social Media positive Auswirkungen auf die interne Kommunikation. 73 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sich der Austausch von Wissen innerhalb der Organisation verbessert hat. 72 Prozent fördern mit Social Media generell die Kommunikation unter den Mitarbeitern. 54 Prozent haben neue Formen der Zusammenarbeit (Collaboration) eingeführt und 50 Prozent verzeichnen eine bessere Kommunikation innerhalb von Projektteams. „In der Shareconomy wird das Teilen von Informationen und Wissen zu einem strategischen Wettbewerbsfaktor“, sagt Kempf. Immerhin 37 Prozent der Unternehmen geben an, dass sich mit der Nutzung sozialer Medien Mitarbeiter stärker an Entscheidungen des Managements beteiligen. „Es zeichnet sich ab, dass sich mit der Verbreitung sozialer Medien die Anforderungen an das Management ändern“, sagt Kempf. „Eine offene Kommunikationskultur verlangt nach Beteiligung, Integration und Feedback durch die Führungskräfte.“

Für die interne Kommunikation kommen verschiedene Social Software Lösungen zum Einsatz: Drei Viertel der Unternehmen nutzen Wikis für den Austausch von Wissen und Information. 69 Prozent verfügen über ein Intranet. Die Hälfte der befragten IT-Unternehmen betreibt einen internen Blog und ebenfalls 50 Prozent verfügt über einen Instant Messenger für kurze Konversationen (Chat). Bereits 36 Prozent der ITK-Unternehmen nutzen ein internes soziales Netzwerk und immerhin 30 Prozent der Unternehmen nutzen eine Social Software Suite. Dabei handelt es sich um eine Software-Lösung, die unterschiedliche Social-Media-Kanäle auf einer Oberfläche zusammenführt. Organisationen erleichtert das, ihre internen und externen Online-Beziehungen zu pflegen.

Laut Umfrage sind 71 Prozent der ITK-Unternehmen davon überzeugt, dass die Nachfrage nach Social Business Lösungen steigen wird. 12 Prozent sind sogar der Ansicht, dass sich Social Software zu einem wesentlichen Treiber für die IT-Branche entwickeln wird. Kempf: „Für die IT-Branche eröffnet sich damit ein neues Geschäftsfeld, da nahezu alle Unternehmen früher oder später Social Business Anwendungen benötigen.“

Presseinformation

Social Media lösen Kulturwandel in Unternehmen aus
Seite 3

Die BITKOM-Studie steht zum Download bereit unter:

http://www.bitkom.org/de/publikationen/38338_75318.aspx

Methodik: Der BITKOM hat für die Studie 161 Unternehmen der ITK-Branche befragt. Dazu zählen Anbieter u.a. aus den Segmenten ITK-Hardware, Software, IT-Services, Telekommunikation, Internetdienste, Consumer Electronics und digitaler Inhalte. Die Umfrage ist nicht repräsentativ. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Agentur Storymaker erstellt.

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine zukunftsfähige Netzpolitik ein.