

Presseinformation

Social-Media im Unternehmenseinsatz

■ Zwei Drittel aller Unternehmen nutzen Social-Media-Werkzeuge für die Kommunikation mit Mitarbeitern

Berlin, 8. Juli 2013

Soziale Medien werden bei der Mitarbeiter-Kommunikation wichtiger. 37 Prozent der Unternehmen setzen entsprechende Dienste und Plattformen ein. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Untersuchung bei Unternehmen im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. Jedes fünfte Unternehmen (21 Prozent) setzt externe soziale Netzwerke ein, etwa Facebook oder Xing. 13 Prozent haben eine soziale Plattform in ihrem internen Netzwerk aufgebaut. Diese bieten häufig vergleichbare Möglichkeiten wie soziale Netzwerke im Web, sind jedoch nur für die eigenen Mitarbeiter zugänglich. Jedes zehnte Unternehmen nutzt für die interne Kommunikation Blogs, die von den Mitarbeitern bearbeitet werden. Zum Teilen von Fotos und Videos innerhalb des Unternehmens greifen sieben Prozent auf öffentliche Online-Dienste zurück wie YouTube oder Flickr. „Der Einsatz von Social-Media-Werkzeugen zur Mitarbeiter-Kommunikation bedeutet häufig einen tiefgreifenden Kulturwandel im Unternehmen. Anstatt nur in eine Richtung zu kommunizieren, findet ein Austausch von Informationen und Meinungen quer durch alle Hierarchie-Ebenen statt“, sagt Catharina van Delden vom BITKOM-Präsidium.

Außer sozialen Netzwerken wie Facebook, Google Plus und Twitter sowie beruflichen Plattformen wie Xing oder LinkedIn gibt es auch einige, speziell für Unternehmen entwickelte Social-Media-Lösungen, etwa Yammer oder Jive. Diese bieten nicht-öffentliche Bereiche, in denen sich Mitarbeiter eines Unternehmens informieren, Projekte steuern oder Dateien austauschen können. Im Gegensatz zum klassischen Intranet stehen bei diesen Kollaborations-Werkzeugen in der Regel stärker der Austausch und die Zusammenarbeit im Mittelpunkt. Dadurch ist die Kommunikation innerhalb der Teams häufig dynamischer. Einige Unternehmen versprechen sich vom Einsatz entsprechender Plattformen eine effizientere Kommunikation, auch weil die zeitaufwändige Bearbeitung von E-Mails deutlich

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

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

Ansprechpartner
Martin Puppe
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
+49. 30. 27576-125
m.puppe@bitkom.org

Willi Engel
Bereichsleiter Enterprise
Content Management
+49. 30. 27576-201
w.engel@bitkom.org

Dr. Mathias Weber
Bereichsleiter IT-Services
Tel.: +49.30.27576-121
m.weber@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Social-Media im Unternehmenseinsatz

Seite 2

reduziert werden kann. Für Unternehmen kann der Einsatz moderner Kommunikationsplattformen zudem ein Pluspunkt bei der Suche hochqualifizierter Nachwuchskräfte sein. Diese erwarten immer häufiger entsprechende Plattformen für die Zusammenarbeit, deren Funktionsweise ihnen bereits von sozialen Netzwerken bekannt ist.

Methodik: Im Auftrag des BITKOM hat das Meinungsforschungsinstitut Aris 854 Unternehmen ab 3 Mitarbeitern in Deutschland befragt. Die Daten sind repräsentativ.

Der BITKOM vertritt mehr als 2.000 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 140 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.