

Presseinformation

Social Media gewinnt im Vertrieb an Bedeutung

- **Drei Viertel der ITK-Unternehmen nutzen Social-Media-Plattformen**
- **Business-Netzwerke wichtiger als Soziale Netzwerke**

Berlin, 11. August 2013

Social Media gewinnt im Vertrieb an Bedeutung. Rund drei Viertel (72 Prozent) der IT- und Telekommunikationsunternehmen nutzen Social-Media-Plattformen im Vertrieb. Die wichtigste Zielgruppe sind dabei Kunden und Interessenten, die mehr als die Hälfte (58 bzw. 57 Prozent) der Unternehmen auf diesem Weg ansprechen. Die Hälfte (50 Prozent) der ITK-Unternehmen kommuniziert auf diese Weise mit den eigenen Mitarbeitern. Und rund ein Drittel (31 Prozent) nutzt Social Media zum Austausch mit Vertriebspartnern. Das ist das Ergebnis des Benchmarks Vertriebsorientierte Unternehmensführung des Hightech-Verbands BITKOM und des Beratungsunternehmens w+p consulting unter ITK-Unternehmen. „Social Media ist nicht nur für PR und Marketing von großer Bedeutung, sondern kann auch in vielen anderen Unternehmensbereichen sinnvoll eingesetzt werden“, sagt BITKOM-Bereichsleiter Markus Altvater.

Die wichtigste Plattform für die befragten Unternehmen ist das Business-Netzwerk Xing, das fast drei Viertel (71 Prozent) für Vertriebszwecke nutzen. An zweiter Stelle kommt das Soziale Netzwerk Facebook (50 Prozent), gefolgt von der Video-Plattform Youtube (41 Prozent) und dem Business-Netzwerk LinkedIn (40 Prozent). Auf dem fünften Platz liegt der Kurznachrichtendienst Twitter (34 Prozent).

Am wichtigsten ist für den Vertrieb auf den Social-Media-Kanälen das Eventmanagement, also etwa die Ankündigung von Veranstaltungen. Dahinter rangieren die Weiterempfehlung von Produkten und Dienstleistungen, die Information von Kunden sowie das Ermöglichen eines direkten Austauschs von Kunden untereinander. Weniger wichtig ist

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Andreas Streim
Pressesprecher
Tel.: +49.30.27576-112
Fax: +49.30.27576-51-112
a.streim@bitkom.org

Markus Altvater
Bereichsleiter Marketing,
Vertrieb und Mittelstand
Tel. +49.30.27576-123
m.altvater@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Social Media gewinnt im Vertrieb an Bedeutung

Seite 2

die Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen durch Social-Media-Kommunikation sowie die Bearbeitung von Reklamationen.

Aktuell sind die Vertriebsverantwortlichen noch zurückhaltend, was die Bedeutung von Social Media angeht. Auf einer Skala von 1 („trifft gar nicht zu“) bis 7 („trifft voll und ganz zu“) wird die Aussage „Wir messen Social Media im Vertrieb hohe Bedeutung zu“ durchschnittlich mit 3,6 bewertet. Allerdings erreicht die Aussage, „Die Bedeutung von Social Media im Vertrieb wird künftig weiter zunehmen“ eine 5,1.

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.