

Link: <https://www.computerwoche.de/a/unternehmen-setzen-auf-facebook,2353696>

Social Media

Unternehmen setzen auf Facebook

Datum: 22.09.2010
 Autor(en): Andrea König

Social Media ist weiter auf dem Vormarsch. Die große Mehrheit der IT-Fachkräfte erwartet eine Zunahme der Aktivitäten in diesem Bereich. Das ergab eine Umfrage von Softguide.

The screenshot shows the Facebook homepage interface. At the top, there's a blue header with the Facebook logo and a login bar containing 'E-Mail' and 'Passwort' input fields, along with links for 'Angemeldet bleiben' and 'Passwort vergessen?'. Below the header, a green 'Registrieren' button is visible next to the text 'Facebook ist bei Facebook. Registriere dich für Facebook, um mit Facebook in Verbindung zu treten.' The main content area features a large 'f' logo on the left and a post from Facebook. The post includes a video thumbnail with the text '\$1MM FOR 1 CHARITY!' and a description about 'Chase Community Giving'. Below the video, there are interaction buttons for 'Gestern um 11:48', 'Marjorie, Beatrice, Nat und 1.392 anderen gefällt das.', and 'Alle 195 Kommentare anzeigen'. Another post from Facebook follows, titled 'New Privacy Policy Adopted', with a description about a privacy policy revision and interaction buttons for 'Di um 17:21', 'Jessica, Mads, Angelo und 1.779 anderen gefällt das.', and 'Alle 350 Kommentare anzeigen'. The left sidebar contains three sections: 'Informationen' (founded February 4, 2004), 'Fans' (6 of 5.746.019 fans), and 'Lieblingsseiten' (6 of 14 pages).

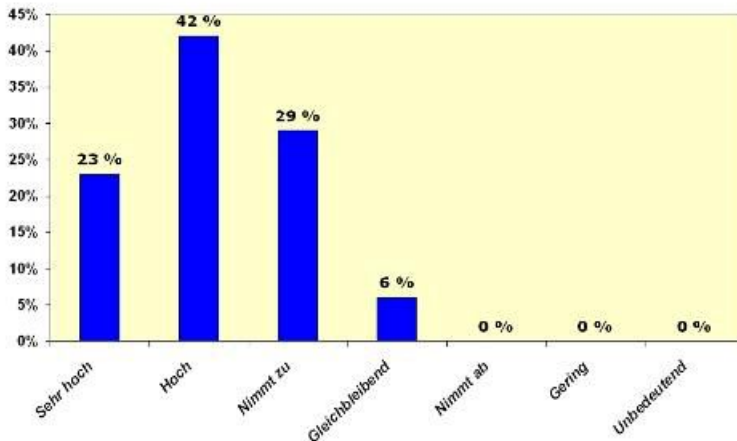
ITler nutzen Facebook häufiger als Xing.

An der Umfrage zum Thema **Social Media**¹ nahmen ausschließlich ITler teil, die sich mit dem Thema auseinandersetzen. Denn Initiator **Softguide**² suchte nur via Twitter sowie über Statusmeldungen und Links auf den sozialen Netzwerken Facebook, LinkedIn und Xing nach Umfrageteilnehmern.

Die Ergebnisse zeigen, dass ITler bereits stärker auf **Facebook**³ (77 Prozent) als auf das Business-Netzwerk **Xing**⁴ (61 Prozent) setzen. Eine besonders hohe Anzahl von Befragten, 91 Prozent, gab außerdem an, dass sie beziehungsweise ihr Arbeitgeber bei Twitter aktiv sind. Dieses hohe Ergebnis hängt sicherlich damit zusammen, dass Umfrageteilnehmer über Twitter akquiriert wurden.

Social Media Nutzung, Nutzenerwartung und Budgetierung

Frage: **Wie schätzen Sie die Bedeutung von Social Media und Netzwerken für die nächsten 12 Monate ein?**



Online Umfrage 29. Juni – 15. Juli 2010 | 66 Teilnehmer

SoftGuide.de

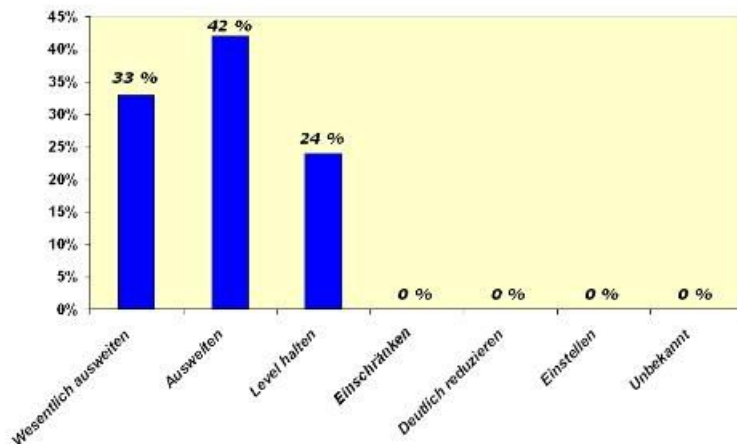
Niemand glaubt, dass die Bedeutung von Social-Media-Aktivitäten abnimmt.

Neben Twitter, Facebook und Xing setzen die Befragten und die **Unternehmen**⁵ in denen sie tätig sind, zudem auf Blogs (53 Prozent) und Wikis (35 Prozent). Eine hohe Beliebtheit hat unter den Umfrageteilnehmern auch das Videoportal Youtube. 67 Prozent geben an, dass sie beziehungsweise ihr Arbeitgeber es nutzen.

65 Prozent der Befragten schätzen die Bedeutung von Social Media als hoch beziehungsweise sehr hoch ein. Weitere 29 Prozent sind davon überzeugt, dass das Thema an Bedeutung zunimmt. Nur sechs Prozent glauben, dass die **Relevanz von Social Media**⁶ gleich bleibt. Keiner der Teilnehmer erwartet einen Rückgang.

Social Media Nutzung, Nutzenerwartung und Budgetierung

Frage: **Werden Sie bzw. ihr Unternehmen die Aktivitäten im Bereich Social Media und Netzwerken ...?**



Online Umfrage 29. Juni – 15. Juli 2010 | 66 Teilnehmer

SoftGuide.de

Drei Viertel erwarten eine Ausweitung der Social-Media-Aktivitäten.

75 Prozent der Befragten geben an, dass sie beziehungsweise ihr Arbeitgeber ihre **Aktivitäten** ⁷in Social Media zukünftig ausweiten. 24 Prozent wollen sie immerhin auf dem momentanen Level halten. Keiner der Teilnehmer rechnet mit einem Rückgang oder einem Einstellen der **Social-Media-Aktivitäten**⁸.

Woher das Geld für Social Media kommt

In der Studie wurde außerdem gefragt, woher das Budget für **Social-Media**⁹-Aktivitäten in Unternehmen stammt. Jeder dritte Teilnehmer erwartet, dass das Budget aus dem Topf für klassische Werbung kommt. Ein Fünftel glaubt, dass die Aufwendungen aus dem Budget für **Verkauf** ¹⁰und **CRM** ¹¹gedeckt werden. 17 Prozent gehen davon aus, dass ein eigenes separates Budget geschaffen wird.

An der Umfrage nahmen 66 ITler teil. Initiator ist **Softguide**¹², ein Softwareführer und IT-Dienstleister-Guide mit Sitz in **Wolfsburg**¹³. Zur Umfrageteilnahme wurde ausschließlich per Social Media aufgerufen.

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2351204/>

² <http://www.softguide.de/presse/sg/3050.htm>

³ <http://de-de.facebook.com/>

⁴ <http://de-de.facebook.com/>

⁵ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2351036/>

⁶ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3746>

⁷ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2349718/>

⁸ [http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3049&source=subnet)

[cid=38&pkdownloads=3049&source=subnet](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3049&source=subnet)

⁹ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3576>

¹⁰ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523>

¹¹ [http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3575&source=subnet)

[cid=38&pkdownloads=3575&source=subnet](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3575&source=subnet)

¹² <http://www.softguide.de/>

¹³ <http://www.wolfsburg.de/>