

Pressemitteilung

Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT

Alex Deeg

24.11.2010

<http://idw-online.de/de/news398494>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Tagungen
Informationstechnik, Wirtschaft
überregional



SID/FIT-Studie: XING ist am besten fürs Geschäft

Für geschäftliche Zwecke ist XING das mit Abstand beste Social Media Network für die deutsche Wirtschaft: 79 Prozent der deutschen Fach- und Führungskräfte sind beruflich auf XING aktiv. Damit liegt die vom Hamburger Unternehmer Lars Hinrichs gegründete Plattform in Deutschland vor den aus den USA kommenden Netzwerken Twitter (43 Prozent berufliche Nutzung) und Facebook (41 Prozent; Mehrfachnennungen waren erlaubt). Dieses Resultat hat der Social Media-Gipfel auf dem Fraunhofer-Forschungsschloss Birlinghoven bei Bonn zutage gefördert.

Das Spitzentreffen der deutschen Social Media-Szene war von der Software-Initiative Deutschland e.V. (SID) und dem Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT in Kooperation mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg ins Leben gerufen worden.

Die geladenen Teilnehmer erhielten tiefe Einblicke in die Forschungsergebnisse des aktuellen "SID/FIT Social Media Report 2010/11". Für den Forschungsbericht waren 100 ausgewählte Fach- und Führungskräfte der deutschen Wirtschaft zum Thema Social Media im Geschäftsleben interviewt worden. Auf einer Skala mit Schulnoten von 1 (sehr gut und wichtig) bis 6 (unwichtig) erteilten die Befragten XING mit 1,6 die beste Note. Twitter bekam die Note 1,9, Facebook 2,1. Die weiteren Noten verteilen sich auf LinkedIn (2,7), Wikipedia (3,1) und YouTube (3,8). Den Vorsprung von XING erklärt der SID/FIT-Report unter anderem damit, dass eine Präsenz auf dieser Plattform als besonders Karriere fördernd gilt. 81 Prozent der befragten Fach- und Führungskräfte zeigten sich überzeugt, dass XING-Aktivitäten gut für den beruflichen Aufstieg sind. Auf Twitter liegt dieser Anteil lediglich bei 34 Prozent, auf Facebook nur bei 28 Prozent. Allen drei Topnetzen ist übrigens gemeinsam, dass sie primär für die Kommunikation mit externen Geschäftspartnern genutzt werden, weniger mit Kollegen. Das Vorpreschen von "Corporate XING", also die Verlagerung von Social Network-Funktionen in die Unternehmen hinein, wurde im Rahmen des Birlinghovener Forschungsgipfels als wichtigster Zukunftstrend in der Branche identifiziert.

Die jüngsten und künftigen Entwicklungen in Sachen Social Media wurden referiert vom stellv. Leiter Fraunhofer FIT, Prof. Wolfgang Prinz, von Social Media-Papst Thomas Gronenthal (Vorsitzender Deutsches Social Media Forum) und dem Elephantsclub-Ehrenpräsidenten Karl Hecken sowie den Präsidiumsmitgliedern Valentina Kerst und Dieter Böttcher von der Software-Initiative Deutschland.

Die Software-Initiative Deutschland (SID) nutzte das Treffen, um eine Reihe von Auszeichnungen zu vergeben. Die IHK Bonn-Rhein-Sieg (www.ihk-bonn.de) erhielt den SID-Ausbildungspreis Social Media, weil sie als erste regionale Industrie- und Handelskammer gemeinsam mit der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) mit der Konzeption einer Fortbildung zum IHK-Zertifikat Social Media Manager begonnen hat. Der erste Pilotlehrgang soll im Frühjahr 2011 durchgeführt werden. An die IHK Wiesbaden (www.wiesbaden.ihk.de) ging der SID-Preis für die beste Ausbildungsveranstaltung für Social Media, weil sie in einem Tagesworkshop rund 100 Unternehmer und Manager aus der hessischen Landeshauptstadt in die neue Thematik eingeführt hatte. Das Internetstartup 1blick (www.1blick.de) bekam den Preis für die innovativste Social Media-Kampagne, weil es gelungen war, schon vor dem Start des eigenen Webangebots über Facebook mehr Fans zu gewinnen als scheinbar übermächtige Wettbewerber wie AWD und MLP. Die

Wachstums-Auszeichnung der SID ging an die Asian Social Business Community (www.asbc-ev.de), die primär über Social Networks zur größten deutsch-asiatischen Gemeinschaft mit heute 2.800 Mitgliedern aufgestiegen ist. Für die beste zielgruppenorientierte Kampagne wurde die Kölner Studentenvermittlung Jobmensa (www.jobmensa.de) ausgezeichnet. Auf dem Sektor E-Commerce ist der Internetshop Found4You (www.found4you.de) als Sieger hervorgegangen. Aus der Konzernwelt kassierten Carl Zeiss für die Kampagne zur Videobrille "Cinemizer" (www.facebook.com/cinemizer) und die Deutsche Lufthansa (www.lufthansa.de) für die Summe ihrer Social Media-Aktivitäten eine Auszeichnung der Software-Initiative Deutschland.

Autoren der Studie: Dieter Böttcher, Valentina Kerst (beide Mitglieder im Präsidium der Software-Initiative Deutschland SID), Prof. Wolfgang Prinz (stellv. Leiter Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT), Thomas Gronenthal (Vorsitzender Deutsches Social Media Forum und European Marketing Communications), Prof. Dr. Andreas Schümchen (Hochschule Bonn-Rhein-Sieg).

Die Software-Initiative Deutschland (SID) wurde gegründet, um auf die wachsende Bedeutung von Software in immer mehr beruflichen und privaten Lebensbereichen aufmerksam zu machen. Sie versteht sich als integrierender Verband, der intensiv mit anderen Verbänden, Organisationen und Unternehmen zusammenarbeitet.

Weitere Informationen über die von Software-Initiative, Fraunhofer-FIT und Hochschule Bonn-Rhein-Sieg gemeinsam beauftragte Agentur: European Marketing Communications (euro.marcom Agentur für Public Relations & Social Media), Tel. +49 (0) 611-973150, E Mail: team@euromarcom.de, Web: www.euromarcom.de

URL zur Pressemitteilung: <http://www.softwareinitiative.de> - Software-Initiative Deutschland e.V. (SID)

URL zur Pressemitteilung: <http://www.fit.fraunhofer.de> - Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT

URL zur Pressemitteilung: <http://www.fh-bonn-rhein-sieg.de> - Hochschule Bonn-Rhein-Sieg