

## Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung

Regensburg, 19. März 2013

### **Social-Media-Einsatz im Online-Handel steckt noch in den Kinderschuhen**

*Aktuelle Studie „Social Media in Deutschland – Daten, Fakten und Status quo“ von ibi research an der Universität Regensburg untersucht den Einsatz von Social Media und Group Buying in Unternehmen.*

Social Media und Group Buying sind aktuelle Themen im Online-Handel. Facebook, Twitter, Groupon und zahlreiche weitere Dienste ermöglichen es Unternehmen, eine starke Vernetzung mit ihren Kunden herzustellen und neue Wege für den Vertrieb und das Marketing von Produkten einzuschlagen. Bei der Vielzahl an momentan vorhandenen Plattformen und Angeboten ist es jedoch besonders wichtig, den Überblick nicht zu verlieren und die Eignung und Relevanz dieser Kanäle hinsichtlich der individuellen Zielsetzung bewerten zu können.

Um Unternehmen hierbei eine Hilfestellung zu geben und die Faktoren des erfolgreichen Social-Media-Einsatzes herauszuarbeiten, hat das Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammen mit den Partnern des E-Commerce-Leitfadens Online-Händler hinsichtlich ihres Umgangs und ihrer Zielsetzungen im Zusammenhang mit Social Media und Group Buying befragt. Interessante Teilaspekte waren hierbei der Social-Media-Einsatz im Allgemeinen und aus organisatorischer Perspektive sowie das Themenfeld Social-Media-Marketing. Darüber hinaus wurde Group Buying als weiterer Schwerpunkt gewählt. Die Idee des Group Buyings ist, dass eine Käufergruppe eine Leistung billiger erwerben kann, als dies einem einzelnen Käufer möglich wäre.

„Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Nutzung von Social Media bei Unternehmen noch verhalten ist. Dies liegt größtenteils daran, dass die Auswirkungen der Aktivitäten auf den finanziellen Erfolg von den meisten Unternehmen nicht hinreichend untersucht werden und somit keine Aussagen über die Rentabilität von Investitionen in Social Media getroffen werden können“, berichtet Thomas Bolz von ibi research. „Ein klares Ergebnis ist außerdem, dass ein steigendes Engagement im Group-Buying-Konzept seitens der Händler in Deutschland in der nahen Zukunft nicht zu erwarten ist.“

Die vollständigen Ergebnisse der Studie „Social Media in Deutschland – Daten, Fakten und Status quo“ stehen kostenlos unter folgendem Link zur Verfügung:

[www.ecommerce-leitfaden.de/socialmedia2013](http://www.ecommerce-leitfaden.de/socialmedia2013)

### Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick:

- Am häufigsten nutzen die befragten Unternehmen Facebook (67 Prozent) als Social-Media-Plattform, gefolgt von XING (52 Prozent), YouTube (36 Prozent), Twitter (35 Prozent) und Google + (30 Prozent)
- Ca. 4 von 5 Händler führen ihre Social-Media-Aktivitäten eigenständig durch, 16 Prozent lassen Social-Media-Aufgaben sowohl von Mitarbeitern als auch von Dienstleistern durchführen und 7 Prozent überlassen Social-Media-Aktivitäten vollständig externen Dienstleistern
- Nur jedes fünfte Unternehmen führt Social-Media-Monitoring durch und 27 Prozent planen dies in Zukunft durchzuführen
- Nur 18 Prozent der Befragten erfassen Kennzahlen zur Bewertung von Social-Media-Aktivitäten
- 14 Prozent der Befragten haben ihre Social-Media-Strategie schriftlich dokumentiert, 16 Prozent besitzen bereits eine Social-Media-Richtlinie und 25 Prozent planen diese in Zukunft zu etablieren
- Etwa die Hälfte der Unternehmen, die im Social-Media-Bereich aktiv sind, wendet ein bis zehn Stunden pro Woche für Social Media auf
- Zwei Drittel der Befragten kennen das Konzept Group Buying und 13 Prozent haben bereits eine Aktion im Bereich Group Buying durchgeführt
- Nur 2 % der Unternehmen, denen Group Buying bekannt ist, planen Aktionen in diesem Konzept

### Die wichtigsten Informationen zur Umfrage auf einen Blick:

<b>Titel:</b>	Social Media in Deutschland – Daten, Fakten und Status quo
<b>Zielgruppe:</b>	Online-Händler
<b>Erhebungszeitraum:</b>	2. bis 4. Quartal 2012
<b>URL:</b>	<a href="http://www.ecommerce-leitfaden.de/socialmedia2013">www.ecommerce-leitfaden.de/socialmedia2013</a>

## **Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:**

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. Atrada, atriga, Boniversum, cateno, ConCardis, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, PHOENIX MEDIA, mpass, RatePAY, Saferpay, STRATO und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)

## **Über ibi research:**

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens ([www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)).

ibi research ist Träger des eBusiness-Lotsen Ostbayerns als Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert wird und informiert zu den Themen E-Commerce und E-Finance.

Weitere Informationen: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

**ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.**

**Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:**

Carolin Nafz

E-Commerce-Leitfaden

c/o ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901 / Telefax: 0941 943-1888

E-Mail: [team@ecommerce-leitfaden.de](mailto:team@ecommerce-leitfaden.de)

Internet: [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)