

Social Media sind ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der Kommunikation, deren Bedeutung längst auch von Unternehmen erkannt wurde. Enterprise 2.0 verspricht vereinfachte Kommunikation und Kollaboration, Informationsaustausch und Wissensmanagement. Damit wird Social Software für Unternehmen zunehmend interessant – was auch die gestiegene Anzahl von Social-Software-Anbietern unterstreicht. Doch welche Rolle spielen Social-Software-Plattformen tatsächlich? Welche Plattformen werden in der Öffentlichkeit besonders häufig thematisiert? Und welche Einstellungen und Meinungen dominieren bei den Nutzern und Medien?

Die Business Unit Technology and Change der Kölner Kommunikationsagentur Kuhn, Kammann und Kuhn GmbH führte gemeinsam mit der scm aus Berlin die Studie „E 2.0 Watch“ durch. Die Studie zielt auf eine Analyse der Online-Kommunikation zu den wichtigsten Social-Software-Plattformen im Zeitraum von August 2012 bis Januar 2013. Ziel der Untersuchung ist die Darstellung der aktuellen Marktsituation vor dem Hintergrund des Share of Voice der Kommunikation über die Anbieter und der Wahrnehmung der Social-Software-Plattformen aus Sicht der Nutzer sowie der wichtigsten Multiplikatoren und Online-Medien. Untersucht wurden mehr als 27.500 Fundstellen in Deutsch und Englisch.

Sharepoint dominiert, steht im Bereich Enterprise 2.0 aber stark unter Druck

Die quantitative Untersuchung der Kommunikation zu Social-Software-Plattformen zeigt eine starke Dominanz von SharePoint. Dies ist bei dem hohen Verbreitungsgrad und der vergleichsweise langen Geschichte des Microsoft-Produkts nicht überraschend. SharePoint steht für mehr als 55% der untersuchten Kommunikation. Reduziert man die Fundstellen jedoch auf die Themen Enterprise 2.0 und Social Software wird deutlich, dass der Wettbewerb den einstigen Platzhirschen stark bedrängt.

Erwähnungen der Social-Software-Plattformen im Zusammenhang mit dem Thema Enterprise 2.0

| | |
|-----|-----------------|
| 34% | Yammer |
| 31% | SharePoint |
| 13% | Salesforce |
| 8% | Jive |
| 7% | IBM Connections |

Deutsche Social-Software-Anbieter in D-A-CH kaum von Relevanz

Vorreiter in Sachen Enterprise 2.0 sind die USA und Nordeuropa. Daher ist es wenig verwunderlich, dass von dort die meisten der großen Social Software-Anbieter kommen. Mittlerweile versuchen sich aber auch einige Anbieter aus dem deutschsprachigen Raum zu etablieren. Deren Fokus liegt, wegen der internationalen Dominanz englischsprachiger Anbieter, in der sogenannten D-A-CH Region.

Deutschsprachige Kommunikation über Enterprise 2.0 noch sehr gering:

Nur 15% der Kommunikation beschäftigt sich mit deutschen Social-Software-Plattformen.

(Fast) alle Branchen bereiten sich auf's Social Business vor.

Neben der Analyse der einzelnen Social Software Tools ist von Interesse, welche Branchen und Industrien sich aktuell mit dem Thema Enterprise 2.0 beschäftigen. Die Analyse der Untersuchungsergebnisse unter Hinzunahme von branchenspezifischen Begrifflichkeiten ergab, dass das Social Business für sehr viele der untersuchten Branche ein wichtiges Thema ist.

Enterprise 2.0 wichtiges Thema für:

Banken **Energie**
Handel

Enterprise 2.0 weniger relevantes Thema für:

Gesundheitswesen
Automobilindustrie

Einstellung zu Social Software Plattformen:

Grundsätzlich positiv

Auch wenn aktuelle Textanalyse-Algorithmen bezüglich der positiven, neutralen und negativen Tonalität noch nicht zu 100% fehlerfrei arbeiten, lassen sich aus dieser Sentiment-Analyse doch wichtige Trends ablesen.

63,8%

der untersuchten Kommunikation bewerten das Thema positiv

34,9%

der untersuchten Kommunikation bewerten das Thema negativ

1,3%

der untersuchten Kommunikation ist „neutral“.

Die Ergebnisse der Studie „E 2.0 Watch“ werden auf den scm-Praxistagen Interne Kommunikation 2.0 am 6. und 7. März in Frankfurt vorgestellt. Die vollständige Auswertung erscheint im März 2013 und kann unter info@scmonline.de vorbestellt werden.