

Chancen und Risiken sozialer Medien im Unternehmen. Eine Studie mit Schwerpunkt in Sachsen-Anhalt.

Lisa Sens, Michael A. Herzog, Erwin Jan Gerd Albers

Gegenstand der empirischen Studie ist der Einsatz von sozialen Medien in Unternehmen, die schwerpunktmäßig im Land Sachsen-Anhalt durchgeführt wurde. Hypothesenorientiert wurden u.a. zeitliche Faktoren, sowie die Nutzungsaspekte in einer Online-Befragung untersucht. Die Bewertung von Chancen und Risiken sozialer Medien stehen im Mittelpunkt dieser Untersuchung.

Fachbereich Wirtschaft
Hochschule Magdeburg-Stendal
Breitscheidstr. 2
39114 Magdeburg

lisa.sens@student.wiwi.hs-magdeburg.de
[\[michael.herzog,erwin.albers\]@hs-magdeburg.de](mailto:[michael.herzog,erwin.albers]@hs-magdeburg.de)

Kurzbericht

Für die Studie wurden 1.240 Unternehmen kontaktiert, davon 539 aus Sachsen-Anhalt. 123 Antworten konnten im 4. Quartal 2012 ausgewertet werden. Als besonders auffällig erwies sich, dass die erfassten Risiken durch die Unternehmen aus Sachsen-Anhalt signifikant höher eingestuft wurden als bei den übrigen TeilnehmerInnen der Studie (Abb. 1).

Zu den weiteren Risiken, die von mindestens 10% der Befragten angegeben wurden, zählen „Manipulation“, „hoher Zeitaufwand“, „zu große Ablenkung bzw. Verzettlung“, „Fehlinformationen und -interpretationen“, „unkontrollierte Datenspeicherung durch Dritte“, „schlechte Messbarkeit des Nutzens“ und „ewiges Gedächtnis des Internets“.

In der Untersuchung zum Einsatz der verschiedenen Web 2.0-Anwendungen wird ebenfalls ersichtlich, dass die Unternehmen in Sachsen-Anhalt eher zurückhaltend in den sozialen Medien engagiert sind (Abb. 2).

In der Erfassung des Zeitaufwandes (Abb. 3) wird deutlich, dass die Unternehmen im Mittel lediglich zwischen 1 und 4h pro Woche für die Beobachtung und Pflege der Kanäle aufwenden. Aufwändiger ist das Betreiben eines eigenen Weblogs bzw. die Mitwirkung daran. Die Veröffentlichung weiterer Ergebnisse der Studie sowie ein Leitfaden für Unternehmen sind bei den Autoren in Vorbereitung.

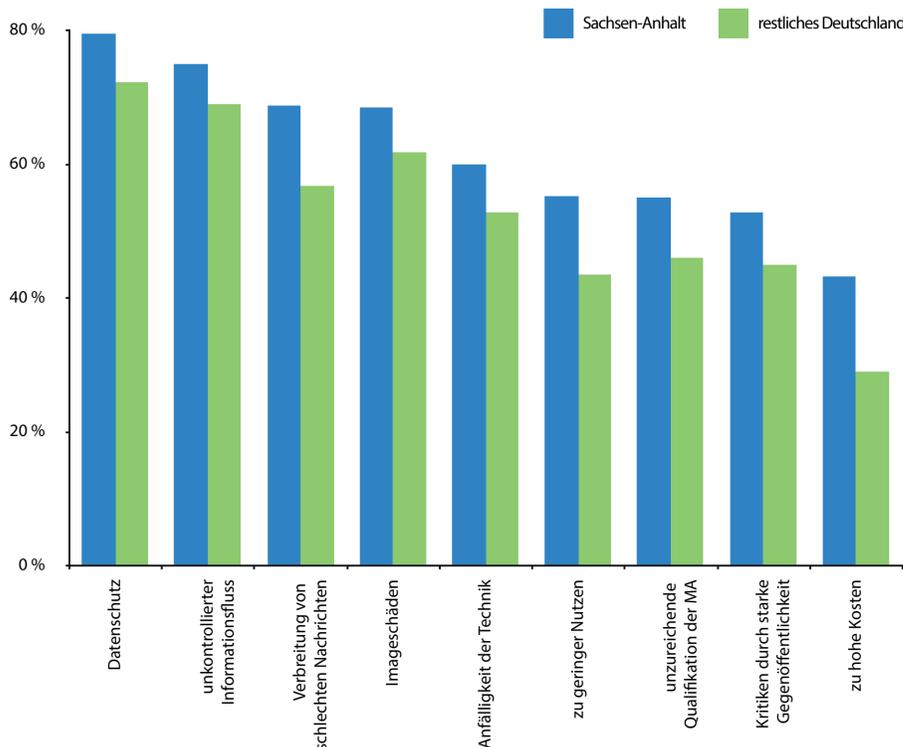


Abb. 1: Risikobewertung durch die Unternehmen

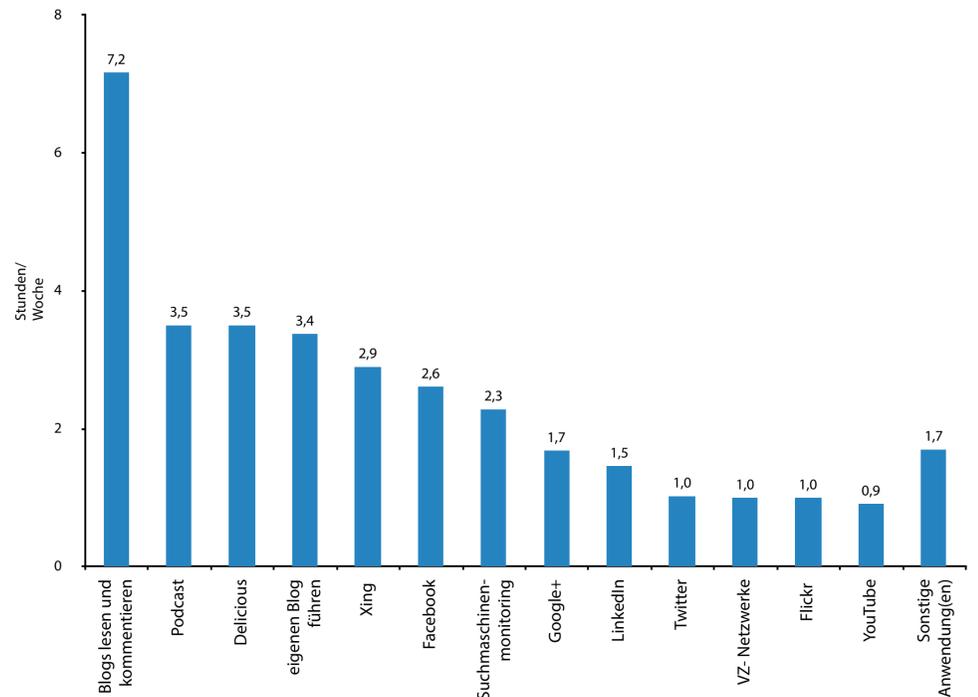


Abb. 3: Zeitaufwand in Stunden pro Woche für die untersuchten Medien

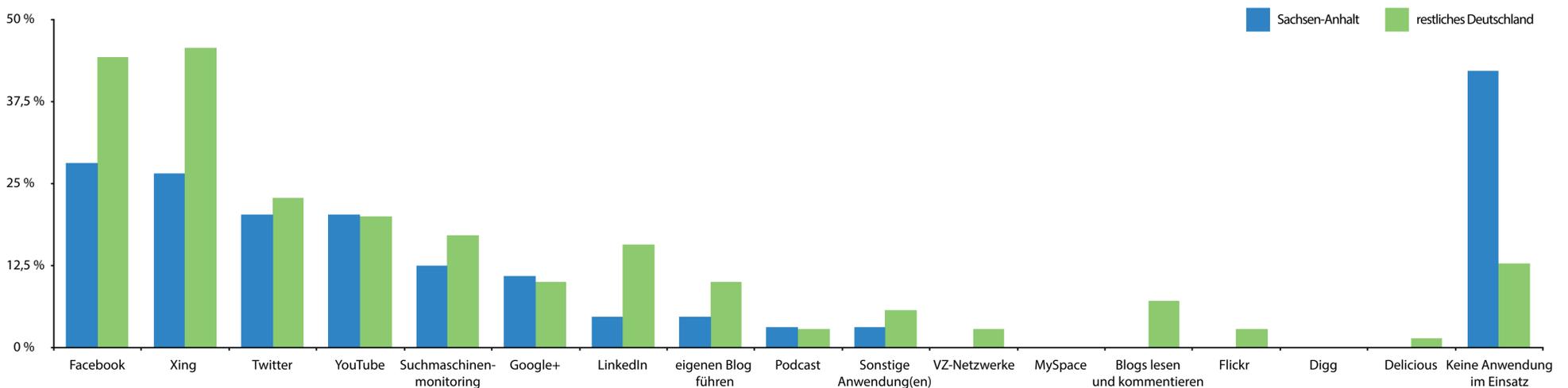


Abb. 2: Nutzung der Web 2.0 Anwendungen in den Unternehmen