

Link: <https://www.computerwoche.de/a/social-media-fuer-unternehmen,2516583>

Mitarbeiterkommunikation

Social Media für Unternehmen

Datum: 29.06.2012

Autor(en): Holger Eriksdotter

Die Kommunikation im Unternehmen wird Facebook-like: Nach Einschätzung der Marktforscher von IDC steigt der Umsatz mit Enterprise Social Media Software für unternehmensinterne Kommunikation bis 2016 weltweit auf 4,5 Milliarden Dollar an.



Foto: rikilo, Fotolia.de

Blogs, Wikis, Mitarbeiterprofile, Diskussionforen und Kommunikation mit Twitter- und Facebook-ähnlichen Medien werden sich im Unternehmensalltag etablieren. Davon ist jedenfalls Michael Fauscette, IDC-Analyst und Autor mehrerer Studien zum Thema Social Media im Unternehmenseinsatz, überzeugt. „Wir sehen gerade ein starkes Wachstum bei den großen Anbietern in diesem Bereich – und das wird noch einige Zeit so weitergehen.“

Es geht dabei um Software für so genannte „Enterprise Social Collaboration“ oder auch „Enterprise Social Networking“. Nach Fauscettes Beobachtungen implementieren immer mehr Unternehmen solche Applikationen und erhoffen sich davon eine verbesserte Kommunikation und Zusammenarbeit – sowohl unter den eigenen Mitarbeitern als auch mit Kunden und Partnern.



IDC-Analyst Michael Fauscette rechnet damit, dass der Einsatz von Enterprise Social Media Software erheblich zunehmen wird.

Foto: IDC

„Mit ihrem Potenzial für bessere und zielgerichtete Kommunikation wird diese Software in fast allen Branchen zu einem wichtigen Instrument für die Produktivität der Mitarbeiter“, sagt der IDC-Analyst. Er rechnet damit, dass der Umsatz bis 2016 jährlich um mehr als 40 Prozent zunehmen wird und von 767 Millionen Dollar in 2011 auf 4,5 Milliarden in 2016 ansteigen wird.

Zu den Gewinnern werden sicher die Platzhirsche der Enterprise Social Media Branche gehören. Nach der Studie „Worldwide Enterprise Social Software 2011 Vendor Shares“ von IDC waren das im letzten Jahr IBM mit 105,4 Millionen US-Dollar, Jive Software (65,3 Millionen), Communispace (60 Millionen), Telligent (42,7 Millionen) und Socialtext (34,5 Millionen). Weiterhin gehörten Mzinga, Lithium, das jüngst von Microsoft übernommene Yammer, NewsGator und VMware zu den Top-Ten in diesem Segment.

Am Einsatz von Social Media Features im Unternehmen geht nach Fauscettes Einschätzung jedenfalls kein Weg vorbei: „Über die Spezialanbieter hinaus werden auch die großen Software-Anbieter wie etwa Oracle oder Salesforce ihre Anwendungen mit Funktionen für Enterprise Social Media aufrüsten“ sagt der IDC-Mann.