COMPUTERWOCHE
VOICE OF DIGITAL

Link: https://www.computerwoche.de/a/web-2-0-ist-im-business-angekommen,2351204

Kein Hype

Web 2.0 ist im Business angekommen

Datum: 02.09.2010
Autor(en): Andrea König

Die große Mehrheit der Unternehmen betrachtet das Mitmach-Web nicht als Hype. Für sie leistet das Web 2.0 einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Ergebnisse einer aktuellen österreichischen Umfrage bestätigen, dass sich Web 2.0 in den Unternehmen etabliert hat. Die Wichtigkeit bewerten die Initiatoren für alle Branchen als erstaunlich hoch.

Web 2.0 ist in vielen Unternehmen bereits Alltag

Bei der Auswertung wurde unterschieden zwischen Repräsentanten der digitalen Wirtschaft und Repräsentanten der traditionellen Wirtschaft, bei denen Internet und Multimedia nicht die Hauptgeschäftstätigkeit ausmachen. "Wichtig war uns, eine Vergleichssituation zwischen Managern, die direkt ihr Geld mit Internetbusiness verdienen, und solchen, die ein nicht-digitales Geschäft betreiben, herzustellen", sagen die Studienautoren dazu.

In der traditionellen Wirtschaft bezeichnen 87 Prozent der teilnehmenden Chefs das Internet als wichtig für ihren Unternehmenserfolg. Bei den Führungskräften im digitalen Bereich sind es 97 Prozent.

Auch die persönliche Nutzung **sozialer Medien**[1] ist hoch. Im traditionellen Bereich sind es 81 Prozent der Chefs, im digitalen Bereich 93 Prozent. Täglich nutzen 47 beziehungsweise 74 Prozent der Führungskräfte **Web 2.0**[2]. Führend sind die Plattformen **Facebook, Xing, Youtube und Twitter**[3].

73 Prozent der Befragten aus der Wirtschaft gaben an, dass ihrer Meinung nach das Web 2.0 kein Hype ist, sondern eine Entwicklung, die uns noch lange begleiten wird. Bei den Führungskräften aus dem digitalen Bereich bejahen dies 92 Prozent.

Social Media Guidelines fehlen

Die Mehrheit der Befragten ist zudem der Meinung, dass **Web 2.0**[4] die Geschäftsprozesse in den Unternehmen um zehn bis 30 Prozent verändert hat. 60 Prozent der Führungskräfte aus der traditionellen Wirtschaft sehen das so, im digitalen Bereich sind es 55 Prozent. Keine Veränderung haben 22 beziehungsweise neun Prozent beobachtet.

Die Führungskräfte wurden auch gefragt, wer die treibende Kraft war, das Unternehmen ins **Web 2.0**[5] zu bringen. In drei Vierteln der Firmen ging die Initiative von Mitarbeitern aus. Ein definierter Change-Prozess war es nur in jedem fünften Unternehmen.

Die Verantwortung für das Thema Web 2.0 liegt am häufigsten in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing und PR-Abteilung. 32 Prozent der Führungskräfte aus der traditionellen Wirtschaft werden sicher ein mit **Web 2.0**[6] in Verbindung stehendes Projekt beginnen, 37 Prozent wollen dies vielleicht tun.

71 Prozent der Chefs in der traditionellen Wirtschaft sehen im **Web 2.0**[7] eine Chance oder eher eine Chance. Ein Risiko sehen nur vier Prozent. Die Studienautoren warnen davor, das Thema auf die leichte Schulter zu nehmen.

Viele Firmen unterschätzen etwa die Bedeutung von **Social**[8] Media Guidelines. Nur 17 Prozent der Befragten haben in ihrem Unternehmen eine solche Guideline, bei 21 Prozent ist eine in Planung, 62 Prozent planen nicht, eine zu erstellen.

Society for Management and Internet

277 österreichische Führungskräfte und Unternehmer wurden durch das Meinungsforschungsinstitut **checkboxx.com**[9] per Onlineumfrage im Auftrag der Society for Management and Internet befragt. Die **Society for Management and Internet**[10] ist ein Netzwerk von Unternehmern, Managern und Experten.

Links im Artikel:

[1] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?event=channel.index&cid=38&pkdownloads=3343**
[2] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3049&source=subnet**
[3] **https://www.computerwoche.de/software/crm/2349718/**
[4] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523&source=subnet**
[5] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523&source=subnet**
[6] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523&source=subnet**
[7] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523&source=subnet**
[8] **http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?event=channel.index&cid=38&pkdownloads=3343**
[9] **https://www.checkboxx.com/**
[10] **http://somain.wordpress.com/2010/06/30/studienergebnis-web-2-0-hat-unsere-wirtschaft-bereits-verandert/**

IDG Tech Media GmbH
Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.