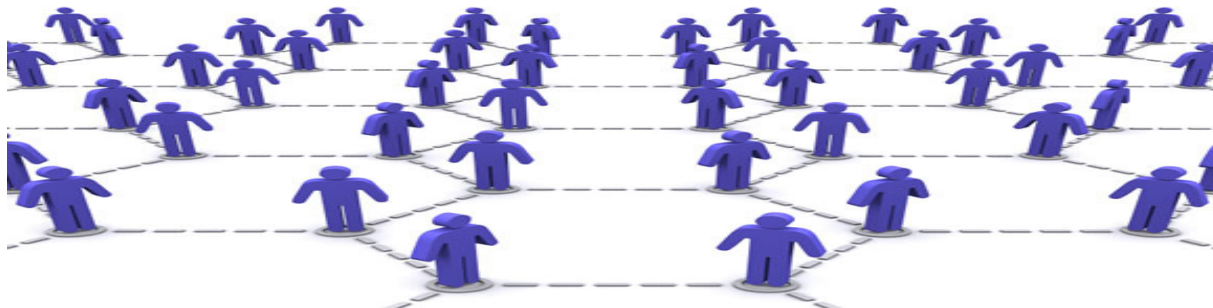


SOZIALE NETZWERKE



WERKZEUG für die WIRTSCHAFT

Klein- und mittelständische Unternehmen setzen vermehrt auf SOZIALE NETZWERKE im INTERNET! WETTBEWERBSVORTEILE durch SOCIAL NETWORKS.

Soziale Netzwerke und die damit verbundenen Plattformen und Web 2.0 Anwendungen wie Facebook, Youtube, Twitter und Co. sind in aller Munde. Die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten und Vorteile für potentielle User derartiger „Social Networks“ haben sich vor allem bei der jungen Generation längst in ihren Lebensgewohnheiten manifestiert.

Wie und ob werden Soziale Netzwerke in der Wirtschaft und hier im Speziellen von KMUs (Klein- und mittelständischen Unternehmen) genutzt? Welche Vorteile ergeben sich dadurch für KMUs?

Diesen Fragestellungen ist das Humaninstitut Vienna als Marktforschungs-Institut in der vorliegenden Forschungsarbeit nachgegangen. Als Zielgruppe der Untersuchung wurde jene der KMUs selektiert. Dabei konnten neue Erkenntnisse in Bezug auf die Kommunikations- und Interaktionskultur zwischen klein- und mittelständischen Unternehmen untereinander und ihren Kunden gewonnen werden.

FORSCHUNGS-HYPOTHESEN

**„SOZIALE NETZWERKE werden vermehrt von KMUs genutzt.“
„SOZIALE NETZWERKE fördern die Regionalentwicklung durch höhere Wettbewerbschancen am europäischen und internationalen Markt.“**

Untersuchungszeitraum: 14.06.2010 bis 28.06.2010

Stichprobe: Österreichweit 500 KMUs nach dem Quotaverfahren

Verantwortlicher Ansprechpartner: Mag. Daniel Witzeling

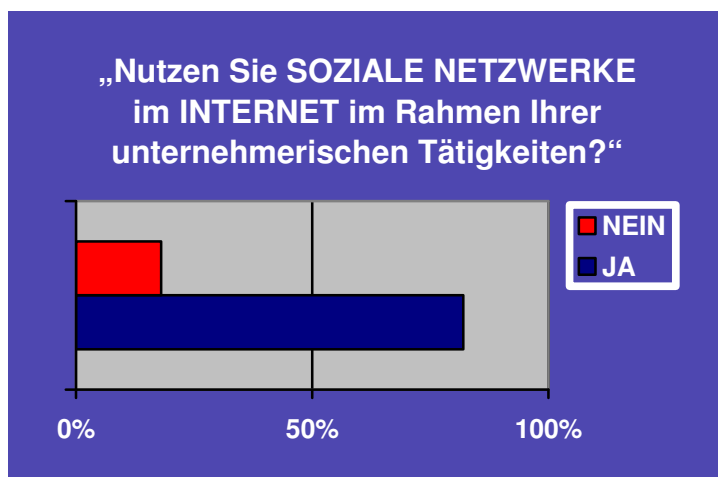
Feldforschung: Fabio Witzeling, HUMANINSTITUT Vienna

Link: www.humaninstitut.at E-Mail: vienna-office@humaninstitut.at

FRAGEN - ANTWORTEN - ERGEBNISSE - ANALYSEN
Frage 1:

„Nutzen Sie **SOZIALE NETZWERKE** im **INTERNET** im Rahmen Ihrer unternehmerischen Tätigkeiten?“

JA	82%
NEIN	18%

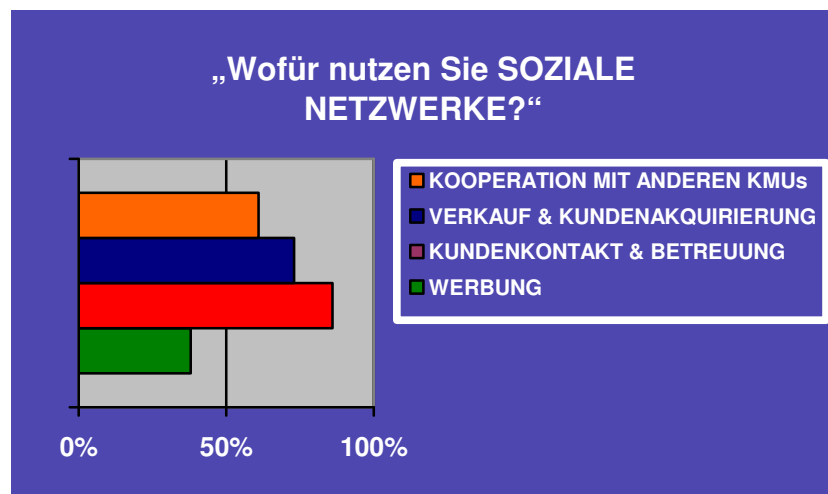

AUFSCHLÜSSELUNG der SEKTORENERGEBNISSE:

NUTZUNGSVERHALTEN in den SEKTOREN	JA	NEIN
LANDWIRTSCHAFT	74%	26%
GEWERBE & INDUSTRIE	66%	34%
TOURISMUS	90%	10%
DIENSTLEISTUNG	86%	14%
MICRO Unternehmen (Ein Mann Betriebe)	92%	8%

Frage 2:

„Wofür nutzen Sie **SOZIALE NETZWERKE?**“
(Mehrfachnennung möglich!)

WERBUNG	38%
KUNDENKONTAKT & BETREUUNG	86%
VERKAUF & KUNDENAKQUIRIERUNG	73%
KOOPERATION MIT ANDEREN KMUs	61%



Frage 3:

„Welche Anwendungen und Plattformen nutzen Sie am häufigsten und wofür nutzen Sie die angegebenen **SOCIAL NETWORKS?**“
(Mehrfachnennung möglich!)

FACEBOOK (Hauptsächlich als Interaktions- & Kundenbetreuungsplattform im Sinne der regelmäßigen "Kontaktpflege")	81%
YOUTUBE (Als neue Werbeoption, Werbekanal und als Informationsmedium)	74%
XING (Als Kooperationsplattform unter Unternehmen (Unternehmern) und auch als Verkaufs- & Kundenakquirierungs- Plattform, effektive Zielgruppenselektion)	62%
TWITTER (Teilweise als "günstige" Website Substitution/Ersatz für MICRO Unternehmen und als "embedded" Campaigning/PR Tool)	42%
ANDERE PLATTFORMEN & APPLIKATIONEN	31%

Frage 4:

„Stellen für Sie **SOZIALE NETZWERKE** einen **WETTBEWERBSVORTEIL** dar?“

JA	72%
NEIN	11%
WEIß NICHT	17%



Frage 5:

„Glauben Sie, dass durch **SOZIALE NETZWERKE** Arbeitsplätze geschaffen werden können?“

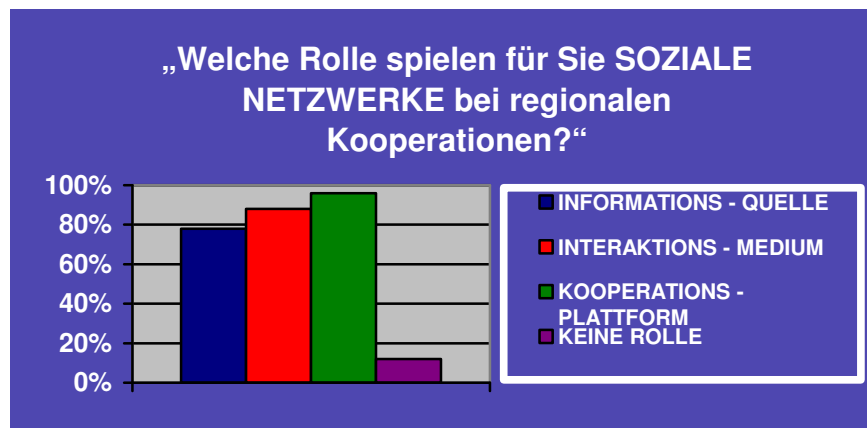
JA	58%
NEIN	13%
WEIß NICHT	29%



Frage 6:

„Welche Rolle spielen für Sie **SOZIALE NETZWERKE** bei regionalen Kooperationen?“
(Mehrfachnennung möglich!)

INFORMATIONEN - QUELLE	78%
INTERAKTIONEN - MEDIUM	88%
KOOPERATIONEN - PLATTFORM	96%
KEINE ROLLE	12%



Frage 7:

„Die Standortqualität für Unternehmungen wird durch die betriebliche Nutzung von **SOZIALEN NETZWERKEN** ...“

VERBESSERT	80%
BLEIBT GLEICH	6%
WEIß NICHT	14%

