

Damovo-Umfrage: Unternehmen brauchen dringend Kommunikations-Vorstände

Düsseldorf, 06. Juni 2011–Die drastisch gestiegenen Kommunikationsanforderungen in den Unternehmen erfordern einen Kommunikationsvorstand. 42% der Teilnehmer einer Befragung von Damovo unter Fachbesuchern der re:publica 2011 sind davon überzeugt.

Noch diskutieren viele Unternehmen, ob und wie sie sich in Sachen Social Media engagieren wollen. Dabei bildet Social Media nur einen Teil der Kommunikationsanforderungen, mit denen Unternehmen heute konfrontiert werden. Auf der diesjährigen Social-Media-Konferenz re:publica im April in Berlin führte Damovo Interviews mit 200 Social-Media-Experten. 42 Prozent von ihnen waren der Meinung, dass Unternehmen einen expliziten Kommunikationsvorstand benötigen.

Die Gründe dafür sind vielfältig: Kunden übertragen ihre Erfahrungen aus dem Internet, etwa aus sozialen Netzwerken wie Facebook, auf die Kommunikation mit Unternehmen. Diese sollten die Chancen, die sich hier bieten, nutzen. Denn es gibt kaum eine bessere Möglichkeit, das direkte Feedback der Kunden zu ermitteln und in die Entwicklung von Produkten und Services einfließen zu lassen. Unternehmen eröffnen sich damit bislang ungeahnte Möglichkeiten, Kundenreaktionen sofort auf zugreifen und Informationen dauerhaft sowie über mehrere Kanäle zur Verfügung zu stellen. Die direkte Reaktion auf Kundenanfragen gelingt allerdings nur, wenn die internen Strukturen darauf vorbereitet sind und Unternehmen ihre Kundendialogprozesse darauf einstellen.

Eine zentrale Rahmenbedingung bei der Umsetzung strategischer Social-Media-Aktivitäten bildet die Kommunikationskultur des Unternehmens. Dieser Meinung waren 59% der Befragten. Wollen Unternehmen das gesamte Potenzial der sozialen Medien erfolgreich nutzen, muss die Art, wie im Unternehmen kommuniziert wird, auf den Prüfstand, denn es gibt zahlreiche Hindernisse bei

Presseinformation

der erfolgreichen Integration von Social Media in Unternehmen. Die Befragten auf der re:publica nannten: mangelnde Vorbildfunktion in der Nutzung durch das Top-Management (40%), fehlende Guidelines oder Policies bei der Nutzung (41%), mangelnde Kommunikation des Nutzens an die Belegschaft (50%) und die Angst der Belegschaft vor Neuem (53%).

Die bisherige Herangehensweise, einen Kommunikationsdirektor oder Marketingchef mit Social-Media-Aktivitäten zu betrauen, reicht angesichts dieser Fülle von Hindernissen nicht mehr aus. Nur ein Kommunikationsvorstand oder ein Mitglied der Geschäftsleitung hat die Mittel, die Organisation auf eine offene, dialogorientierte interne und externe Kommunikationskultur zu verpflichten. Es geht dabei aber um mehr als nur um kulturelle Veränderungen, denn strukturelle Anpassungen gehen damit einher. Hier geht es unter anderem um Weisungsbefugnisse und die Verteilung abteilungsübergreifender Aufgaben, etwa an das Marketing, den Vertrieb und sogar an die Personalabteilung.

„Die sozialen Medien sind ein Katalysator, der die in den letzten Jahren drastisch gestiegenen Kommunikationsanforderungen zusätzlich befeuert“, sagt Carl Mühlner, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Damovo in Düsseldorf. „Unternehmen müssen daher prüfen, ob ihre Kommunikationskultur und ihre internen Strukturen diesen neuen Anforderungen gewachsen sind und entsprechend handeln.“

Grafik: (Hürden Einführung.jpg)

Auf einen Blick: Die wichtigsten Hürden bei der Einführung von Social-Media-Plattformen. Im Vordergrund steht mit 53% der Nennungen die Angst der Belegschaft vor Neuem. (Quelle: Damovo)

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial ist ab sofort im Internet abrufbar unter www.pr-com.de



Presseinformation

Über Damovo

Damovo ist einer der führenden herstellerneutralen Integrations- und Servicepartner für Unified-Communications- und Collaboration (UCC)-Lösungen. Ziel von Damovo ist es, durch prozessorientierte Beratung und mit innovativen Kommunikationsdiensten die Geschäftsanforderungen von Kunden verschiedenster Branchen und Unternehmensgrößen optimal zu unterstützen. Als erster Systemintegrator kann Damovo eine Komplettlösung für UC-as-a-Service bereitstellen und zuverlässig betreiben. Die umfangreiche Erfahrung von Damovo im Bereich der Kommunikation verbunden mit akkreditierten Partnerschaften wie z.B. Aastra, Avaya, Cisco, EMC² und Microsoft sind Garantien dafür, dass Damovo-Kunden stets über die für sie optimalen Kommunikationsdienste verfügen. Die Services reichen von der Planung über das Design und die Implementierung bis zum Management und der Optimierung komplexer UCC-Lösungen und -Infrastrukturen.

Damovo unterhält Niederlassungen in Deutschland, Belgien, Brasilien, Großbritannien, Irland, Mexiko, den Niederlanden, Polen, der Schweiz und Tschechien. Darüber hinaus realisiert Damovo Servicekonzepte mit einheitlichen, leistungsfähigen Servicevereinbarungen für multinationale Unternehmen in weltweit über 119 Ländern. Weitere Informationen im Web unter www.damovo.de und auf Twitter unter http://twitter.com/damovo_de.

Pressekontakte:

*Damovo Deutschland GmbH & Co. KG
Karen Nüßmeier
MarCom&PR Coordinator
Market Communications
Benrather Schlossallee 33
D-40597 Düsseldorf
Fon: +49 (211) 8755-4590
Fax: +49 (211) 8755-4336
E-Mail: karen.nuessmeier@damovo.com
Web: www.damovo.de*

*PR-COM GmbH
Markus Schaupp
Account Manager
Nußbaumstraße 12
D-80336 München
Fon: +49 (89) 59997-804
Fax: +49 (89) 59997-999
E-Mail: markus.schaupp@pr-com.de
Web: www.pr-com.de*