

Presseinformation

Großunternehmen haben bei Kunden-Communities die Nase vorn

- Studie befragt Top-Entscheider zu unternehmenseigenen Web-Gemeinden

Mehr Kunden-Communities bei Großunternehmen

Hamburg, den 8. Oktober 2013 – Beim Aufbau von Kunden-Communities sind die Großunternehmen Vorreiter: 21 Prozent deutscher Top-Manager in Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern geben an, dass sich ihre Firma bereits über eine eigene Online-Community mit ihren Kunden austauscht. Bei Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern sind es hingegen nur sieben Prozent. Das sind Ergebnisse der Studie „Wachstumstreiber Kundenkommunikation – Sechs kritische Erfolgsfaktoren“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.

Web-Gemeinden wichtiger für große Firmen

In der Umsetzung spiegelt sich die Ansicht der Unternehmenslenker zur Relevanz der firmeneigenen Web-Gemeinden wider: 57 Prozent der Entscheider aus Großunternehmen bewerten eine eigene Kunden-Community als wichtig für Unternehmen. Unter den Top-Managern kleiner Firmen sehen das nur 27 Prozent so.

Stagnation bei kleinen Unternehmen

Entsprechend stärker ist auch das Wachstum an Kunden-Communities bei großen Betrieben: 16 Prozent der Entscheider aus Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern, die bislang noch keine eigene Kunden-Community betreiben, planen, innerhalb der nächsten 12 Monate so eine Online-Gemeinschaft aufzubauen. Die Manager von Betrieben mit weniger als 100 Mitarbeitern halten diese für unnötig und auch von ihren Kollegen mit 100 bis 1000 Mitarbeitern treiben derzeit nur vier Prozent entsprechende Planungen voran.

Studiengrundlage: DIE WELT-Entscheiderpanel

Für die Studie „**Wachstumstreiber Kundenkommunikation – Sechs kritische Erfolgsfaktoren**“ (Faktenkontor, August 2013) wurden 167 Top-Entscheider aus der deutschen Wirtschaft zu dem Thema Kundenkommunikation befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Befragung des [„DIE WELT“-Entscheiderpanels](#). Befragungszeitraum war der 1. Juli bis 17. Juli 2013. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus den Bereichen Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratung und Technologie darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de