

Pressemitteilung

Köln, 05.09.2011

Brain Injection: Automobilindustrie schöpft Potenzial von Social Media nicht aus

Köln, den 05.09.2011 –Eine Untersuchung von Brain Injection, die Unternehmensberater im Social Media Sektor, hat gezeigt, dass in den verschiedenen Segmenten der Automobilindustrie Social Media äußerst unterschiedlich eingesetzt wird. Bei der Betrachtung des Segments der Hersteller wird deutlich, dass das Potenzial von sozialen Netzwerken erkannt, aber nicht voll ausgeschöpft wird. Im Gegensatz dazu, sind die untersuchten Autohäuser und Werkstätten kaum auf Facebook, Twitter und YouTube vertreten. Auch unabhängige Onlineportale, wie z.B. mobile.de, die ohnehin internetbasiert fungieren, verwenden Social Media nur begrenzt. Die Untersuchung von Brain Injection verdeutlicht, dass der Einsatz von Social Media speziell für das „Auto“ als ein sehr emotionales Produkt, durchaus geeignet ist. Jedoch muss klar sein, dass soziale Medien sicherlich nicht im selben Maße in allen Stufen der Wertschöpfungskette, vom Hersteller bis zur Werkstatt, angewendet werden können.

Die gesamte Studie steht unter www.facebook.com/braininjection zum Download bereit.

Einsatz von Social Media in einzelnen Segmenten der Automobilbranche sehr unterschiedlich

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Automobilbranche, vom Hersteller bis zur Werkstatt, wird der Einsatz von Facebook, Twitter und YouTube immer geringer. Haben die untersuchten deutschen Autohersteller noch zu 100% eine eigene Facebook-Seite, so sind es nur noch 40% bei den deutschen Werkstätten. Dazu kommt, dass Twitter und YouTube lediglich bei den Herstellern in starkem Maße im Social Media Mix integriert sind.

Resonanz der Nutzer auf Social Media Aktivitäten bleibt eher niedrig

Trotz hoher Fanzahlen auf den Facebook-Seiten der Hersteller, ist die Resonanz der Markenanhänger vergleichsweise gering. Twitter ist vor allem für amerikanische Nutzer ein weiterer Kanal um mit den Unternehmen in Kontakt zu treten. Auch auf YouTube ist die Resonanz der User im Segment der Hersteller am größten. Deutsche Hersteller haben hier mit durchschnittlich 219.448 Views pro Video die Nase vorne.

Social Media sind keine Allheilmittel

Die Einsatzmöglichkeiten von Social Media müssen für Unternehmen genauestens analysiert werden, um die individuellen Potenziale auszuschöpfen. Weitere fundamentale Trends, allen voran Mobile Social, können in Zukunft weitere Herausforderungen für alle Segmente entlang der Wertschöpfungskette darstellen. Daher ist eine eingehende Analyse essentiell, um die zukünftigen Entwicklungen effektiv als Chance nutzen zu können.

Hintergrundinformation

Ziel der Untersuchung war es, einen Überblick über den derzeitigen Einsatz von Social Media in verschiedenen Segmenten des Automobilssektors zu gewinnen. Resultierend daraus wurden die Implikationen über den jeweiligen Erfolg, sowie die zukünftige Nutzung abgeleitet.

96 Unternehmen in den USA, UK und Deutschland, aus den Segmenten Hersteller, unabhängige Onlineportale, Händler und Werkstätten wurden hinsichtlich ihrer Aktivitäten auf den größten Social Media Plattformen Facebook, Twitter und YouTube analysiert.

Anhand direkter Messgrößen, wie z.B. Anzahl Fans oder Posts, und einer daraus konstruierten Messzahl, „Engagement“, erfolgte über einen Zeitraum von einem Monat (01.06. bis 30.06.2011) eine anonymisierte Messung der Resonanz von Facebook-Nutzern auf diese Aktivitäten.

Brain Injection Ltd. & Co. KG

Die Unternehmensberatung Brain Injection wurde 2006 von Frank Mühlenbeck und Prof. Dr. Klemens Skibicki gegründet. Brain Injection berät Unternehmen darin, Social Media nachhaltig im Unternehmen zu kapitalisieren.

Brain Injection zeichnet sich durch enge Verzahnung von Forschung und langjähriger Erfahrung in Social Media Projekten aus. Für alle Online-Bereiche kann zudem auf ein Expertennetzwerk für alle technischen, kreativen und juristischen Lösungen zurückgegriffen werden.

Pressekontakt

Nikolas Sobania

Brain Injection Ltd. & Co. KG
Bonner Str. 328
50968 Köln

Tel.: +49 221 789 321 0

Fax: +49 221 789 321 9

Email: nikolas.sobania@brain-injection.com