

Social Media sind ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der Kommunikation, deren Bedeutung längst auch von Unternehmen erkannt wurde. Enterprise 2.0 verspricht vereinfachte Kommunikation und Kollaboration, Informationsaustausch und Wissensmanagement. Damit wird Social Software für Unternehmen zunehmend interessant – was auch die gestiegene Anzahl von Social-Software-Anbietern unterstreicht. Doch welche Rolle spielen Social-Software-Plattformen tatsächlich? Welche Plattformen werden in der Öffentlichkeit besonders häufig thematisiert? Und welche Einstellungen und Meinungen dominieren bei den Nutzern und Medien?

Die Business Unit Technology and Change der Kölner Kommunikationsagentur Kuhn, Kammann und Kuhn GmbH führte gemeinsam mit der scm aus Berlin die Studie „E 2.0 Watch“ durch. Die Studie zielt auf eine Analyse der Online-Kommunikation zu den wichtigsten Social-Software-Plattformen im Zeitraum von August 2012 bis Januar 2013. Ziel der Untersuchung ist die Darstellung der aktuellen Marktsituation vor dem Hintergrund des Share of Voice der Kommunikation über die Anbieter und der Wahrnehmung der Social-Software-Plattformen aus Sicht der Nutzer sowie der wichtigsten Multiplikatoren und Online-Medien. Untersucht wurden mehr als 27.500 Fundstellen in Deutsch und Englisch.

Sharepoint dominiert, steht im Bereich Enterprise 2.0 aber stark unter Druck

Die quantitative Untersuchung der Kommunikation zu Social-Software-Plattformen zeigt eine starke Dominanz von SharePoint. Dies ist bei dem hohen Verbreitungsgrad und der vergleichsweise langen Geschichte des Microsoft-Produkts nicht überraschend. SharePoint steht für mehr als 55% der untersuchten Kommunikation. Reduziert man die Fundstellen jedoch auf die Themen Enterprise 2.0 und Social Software wird deutlich, dass der Wettbewerb den einstigen Platzhirschen stark bedrängt.

Erwähnungen der Social-Software-Plattformen im Zusammenhang mit dem Thema Enterprise 2.0

34%	Yammer
31%	SharePoint
13%	Salesforce
8%	Jive
7%	IBM Connections