

## Pressemitteilung

### **EU-Kommunikation: Brüssel entdeckt Twitter, Facebook und Co. nur langsam**

- **Social Media spielt für jeden 2. EU-Akteur künftig eine wichtige Rolle**
- **Hamburger IMWF veröffentlicht Studie zum Informationsverhalten in Brüssel**

*Hamburg, 07. September 2011* – Derzeit spielen Social-Media-Anwendungen für die EU-Akteure noch kaum eine Rolle: 80 Prozent der Mitarbeiter der EU-Kommission und 68 Prozent der deutschen Interessenvertreter erachten interaktive Online-Angebote für ihre Arbeit bisher als wenig bedeutend. Das dürfte sich aber vor allem bei den deutschen Interessenvertretern bald ändern. 44 Prozent von ihnen gehen davon aus, dass Social Media bei der Arbeit in Brüssel künftig eine wichtige Funktion einnehmen. Das ergibt die Studie „Informationsverhalten der EU-Akteure“ des Hamburger Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF), die am 7. September 2011 in Brüssel vorgestellt wird.

Social-Media-Anwendungen sind für die Kommunikationsarbeit in Brüssel deshalb von steigender Bedeutung, weil sie helfen, EU-politische Trends früh zu erkennen. „Immer häufiger finden wichtige Diskussionen über EU-politische Themen in sozialen Netzwerken, in Blogs und Foren statt“, erklärt Dr. Mathias Oldhaver, Geschäftsführer des Instituts für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF). „Häufig entscheidet ein kleiner Wissensvorsprung darüber, wer sich in der Kommunikation durchsetzen kann und wer nicht. Umso wichtiger ist es, die relevanten Kanäle stets im Blick zu behalten. Außerdem sind Social Media für die Pflege persönlicher Kontakte wichtig – die für EU-Akteure nach wie vor zu den wichtigsten Informationsquellen zählen.“

Für den Umgang mit Facebook, Twitter und anderen interaktiven Online-Anwendungen für die Kommunikationsarbeit fühlen sich die deutschen Interessenvertreter ausreichend gerüstet. 74 Prozent der Befragten kennen sich nach eigener Auskunft gut mit den Diensten aus. Weniger fit in punkto Social Media sind dagegen die Mitarbeiter der EU-Kommission. Von ihnen ist nur knapp jeder Dritte (32 Prozent) vom eigenen Social-Media-Know-how überzeugt.

#### **Hintergrundinformationen:**

Die Untersuchung zum Thema „Informationsverhalten der EU-politischen Akteure“ wurde vom IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung im Juni 2011 durchgeführt. Telefonisch befragt wurden 50 deutsche Interessenvertreter in Brüssel sowie 50 Mitarbeiter der Europäischen Kommission.

## **IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung**

Das IMWF wurde aus der Erfahrung heraus gegründet, dass die Ergebnisse wissenschaftlicher Ausarbeitungen und Marktanalysen für Entscheider in der Wirtschaft oftmals nicht die hinreichende Praxisnähe und Relevanz haben. In Folge dessen bleibt die Unterstützung wissenschaftlicher Institutionen durch Unternehmen oftmals hinter den Erwartungen der Lehrstühle zurück. Vor diesem Hintergrund versteht sich das IMWF als Plattform, auf der Kontakte zwischen Wissenschaft und Unternehmen geknüpft werden, die an fundierter Aufarbeitung relevanter Management- und Wirtschaftsthemen interessiert sind.

Dieses Netzwerk wird wesentlich durch Wilhelm Alms aufgebaut. Er hat als ehemaliger Vorstandsvorsitzender von Mummert Consulting vielfältige Erfahrungen mit der Umsetzbarkeit von Forschungsergebnissen in der Managementpraxis gesammelt und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Brückenschläge zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu initiieren.

Wenn Sie an diesem Netzwerk partizipieren wollen, freut sich das IMWF über Ihre Nachricht. Von wissenschaftlichen Partnern wird erwartet, nachweislich praxisorientierte Forschung leisten zu wollen. Im Gegenzug hierzu obliegt es den eingebundenen Unternehmen, relevante Fragestellungen zu formulieren und die Freiräume für die Aufarbeitung dieser Themen zu gewährleisten

**Weitere Informationen finden Sie unter [www.imwf.de](http://www.imwf.de)**

---

## **Pressekontakt**

---

Faktenkontor GmbH  
Roland Heintze  
Tel.: +49 40 22703-7160  
Fax.: +49 40 22703-7961  
E-Mail: roland.heintze@faktenkontor.de