

## Pressemitteilung vom 04.12.2013

**Leonberg.** Unternehmen haben erkannt, dass sie bei Facebook & Co nur dann erfolgreich sind, wenn sie eigene Ressourcen (meist in Form von Manpower) investieren. Allerdings haben sie auch die Erfahrung gemacht, dass es schwer zu messen ist, was diese Investition tatsächlich bringt. Der Grund dafür ist nach Erkenntnissen der Forschung, dass die Social Media Strategie von Unternehmen nur für die reine Kommunikation genutzt wird, statt sie in eigene Wertschöpfungsprozesse einzubinden. Um dies zu tun, müssten Unternehmen aber interne Prozesse verändern und eventuell ihre Strategie anpassen. Das erfordert Führungskompetenz und Mut. Unternehmen tun sich an dieser Stelle sehr schwer.

Herr Prof. Dr. Rossmann, Professor für Relationship Marketing, Trust und Social Media an der Hochschule in Reutlingen, präsentiert ab dem 06. Dezember die Fragestellung, wie sich der Erfolg eines Engagements in Social Media bewerten lässt. Für Prof. Dr. Rossmann ist es die erste Fragestellung auf Neothesus.

**Neothesus.de ist eine Internetplattform, auf der sowohl wissenschaftlich Interessierte wie auch Professoren offene wissenschaftliche Fragestellungen im Rahmen von Wissenswettbewerben per Text oder Video präsentieren, welche durch die Community diskutiert und beantwortet werden können. Die besten Beiträge werden mit Punkten und Preisen prämiert und fließen in ein Ranking ein. Die klügsten Köpfe stehen bei Neothesus im Mittelpunkt.**