



Studiensteckbrief zur Studie Social Media-Research in Deutschland

erarbeitet von:

planung & analyse, Frankfurt am Main, www.planung-analyse.de
research tools, Esslingen am Neckar, www.research-tools.net

August 2011

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen ...

- ... welche Social Media-Kanäle von den Unternehmen benutzt werden?
- ... welche Ziele mit den Social Media-Aktivitäten angestrebt werden?
- ... welche Abteilungen in den Unternehmen an Social Media-Aktivitäten beteiligt sind?
- ... wie sich Social-Media-Research bei den Unternehmen entwickelt und etabliert hat?
- ... welche Themen und Aspekte bei Social-Media-Research im Vordergrund stehen?
- ... welche Probleme und Schwierigkeiten es im Zusammenhang mit Social Media-Research gibt?
- ... welche Veränderungen der Social Media-Aktivitäten in Zukunft geplant sind?
- ... welche aktuellen Trends von den Unternehmen gesehen werden?
- ... wie das Entwicklungspotential von Social Media-Research eingeschätzt wird?
- ... mit welcher Art von Dienstleistern zusammengearbeitet wird, wie zufrieden man mit ihnen ist, worauf bei der Wahl des Anbieters geachtet wird und in welcher Form die Ergebnisse gewünscht werden?
- ... wie viele Projekte die Anbieter durchschnittlich pro Jahr realisieren?
- ... welche Aspekte vorwiegend analysiert werden?
- ... wie die Anbieter die Entwicklung von Social Media-Research in Zukunft einschätzen?
- ... welche Trends und Herausforderungen die Anbieter beim Thema Social Media-Research sehen?

Die 143 Seiten umfassende Studie kostet 500 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Informationen zur Studie (2)

Für diese Studie wurden 82 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in Deutschland zu folgenden Punkten befragt:

- Social Media-Aktivitäten und die daran beteiligten Abteilungen.
- Themen, Aspekte und Umfang von Social Media-Research.
- Eigenschaften die bei der Wahl des Anbieters für Social Media Research eine Rolle spielen.
- Trends und zukünftige Herausforderungen von Social Media Research.
- Probleme und Schwierigkeiten, die mit Social Media Research verbunden sind.
- Einschätzungen zum Entwicklungspotenzial von Social Media Research.
- Zusätzlich werden zehn Musterprojekte der befragten Unternehmen vorgestellt.

Für diese Studie wurden 47 deutschsprachige Anbieter von Social Media Research zu folgenden Punkten befragt:

- Schwerpunkte von Social Media Research aus Anbietersicht.
- Anzahl der durchgeführten Social Media Research -Projekte und Steigerungspotential.
- Probleme und Herausforderungen von Social Media Research.
- Einschätzungen zu Trends und zur Entwicklung von Social Media Research.
- Aus den letzten abgeschlossenen Social Media Research-Projekten werden sechs Musterprojekte vorgestellt.
- Ausführliche Anbieterprofile von 47 Social Media Research - Anbietern runden die Anbieterseite ab.

Inhaltsverzeichnis

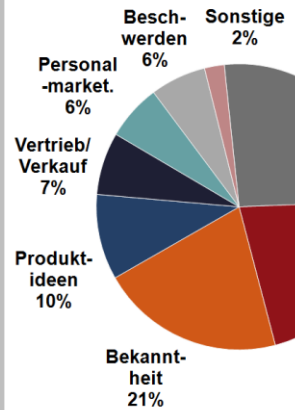
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	10
➤ Social Media-Research aus Nachfragersicht	
▪ Social Media-Aktivitäten: Kanäle, Abteilungen, Ziele und Herausforderungen	15
▪ Social Media-Research: Aktivität, Themen, Umsetzung, Trends und Entwicklungspotential	24
▪ Zusammenarbeit und Zufriedenheit mit Anbietern von Social Media-Research	37
▪ Konkrete Social Media-Research-Projekte, Musterprojekte	47
➤ Social Media-Research aus Anbietersicht	
▪ Aktueller Stand: Analysethemen, Anzahl der Projekte und Kundenstruktur	61
▪ Aktuelle Trends: Herausforderungen und Aussichten	66
▪ Konkrete Social Media-Research-Projekte, Musterprojekte	76
▪ Anbieterübersicht und Anbieterprofile	87
➤ Literatur	139
➤ Kontakt	142

Beispielseiten (1)

Social Media-Research aus Nachfragersicht

Social Media-Aktivitäten: Kanäle, Abteilungen, Ziele und Herausforderungen

Kommunikationsziele von Social Media-Aktivitäten



Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen mit diesen Social Media-Aktivitäten?

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Social Media

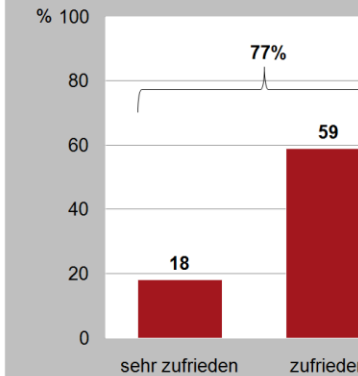
planung
& analyse

Studie S

Social Media-Research aus Nachfragersicht

Zusammenarbeit und Zufriedenheit mit Anbietern von Social Media-Research

Zufriedenheit mit momentanem Dienstleister



Mit dem Partner mit dem momentan zusammenarbeiten Sie, sind Sie mit diesem Dienstleister zufrieden?

Wie zufrieden sind Sie mit diesem Dienstleister? (n=30)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Social Media-Research

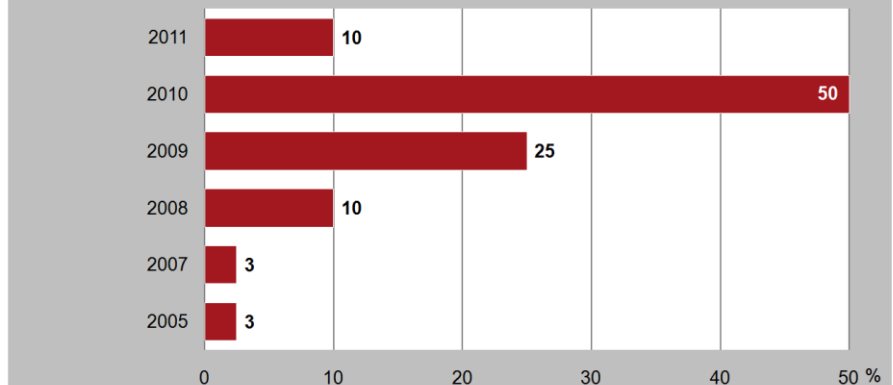
planung
& analyse

Studie Social Media-Research

Social Media-Research aus Nachfragersicht

Social Media-Research: Aktivität, Themen, Umsetzung, Trends und Entwicklungspotential

Beginn von Social Media-Research



Seit wann führen Sie Social Media-Research durch? (n=40)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Social Media-Research

planung
& analyse

Studie Social Media-Research in Deutschland

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

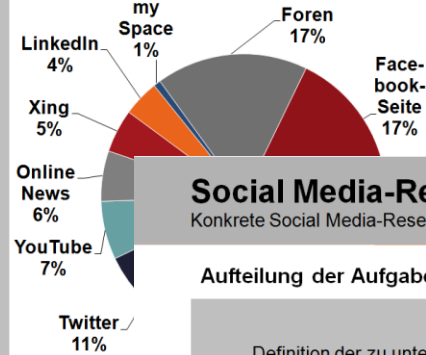
Anmerkung: Die Charts
enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (2)

Social Media-Research aus Nachfragersicht

Social Media-Research: Aktivität, Themen, Umsetzung, Trends und Entwicklungspotential

Interessante Kommunikationskanäle für zukünftige Social Media-Research



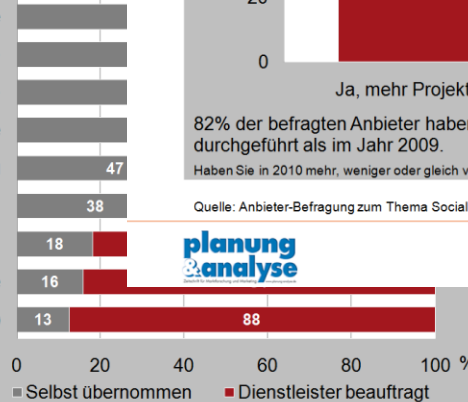
Von den Unternehmen, die n Social Media-Research mach fanden 17% die Kanäle Fore Facebook-Seite interessant u würden die Communities bzw Blogs untersuchen.

Social Media-Research aus Nachfr

Konkrete Social Media-Research-Projekte, Musterprojekte

Aufteilung der Aufgaben bei der Durchführung des

- Definition der zu untersuchenden Märkte
- Umsetzung der Ergebnisse
- Interne Kommunikation der Ergebnisse
- Definition der Keywords / Suchbegriffe
- Strategieberatung
- Definition der zu untersuchenden Seiten
- Datenanalyse, Bewertung
- Extraktion der Inhalte
- Datenaufbereitung (gruppieren, sortieren)



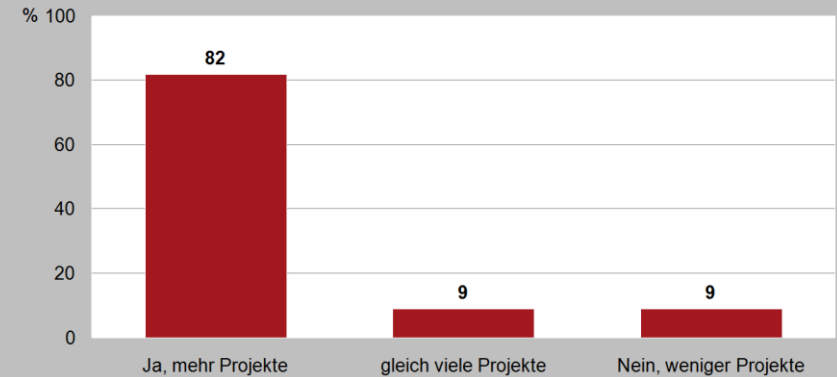
Welcher der folgenden Aufgaben haben selbst übernommen und für welche Leistungen haben Sie Dienstleister beauftrag? (n=27)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Social Media-Research

Social Media-Research aus Anbietersicht

Aktueller Stand: Analysethemen, Anzahl der Projekte und Kundenstruktur

Anstieg der Anzahl der durchgeführten Projekte



82% der befragten Anbieter haben in 2010 mehr Projekte zum Thema Social Media-Research durchgeführt als im Jahr 2009.

Haben Sie in 2010 mehr, weniger oder gleich viele Projekte zum Thema Social Media-Research durchgeführt als in 2009? (n=39)

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Social Media-Research

Studie Social Media-Research in Deutschland

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts
enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (3)

Social Media-Research aus Nachfragersicht

Konkrete Social Media-Research-Projekte, Musterprojekte

Musterprojekte

Thema:	Customer Feedback	Product Launch Controlling
Kanal:	Blogs / Communities / Foren / Twitter	Communities / Foren / Facebook-Seite / Twitter
Aufgaben selbst übernommen:	Keywords, Märkte, Seiten definieren, interne Kommunikation der Ergebnisse, Strategie	Keywords und Märkte der Umsetzung der Ergebnisse
Dienstleister beauftragt für:	Extraktion der Inhalte, Kommunikation, Datenanalyse	
Art des Projekts:	kontinuierliches Projekt	
Region:	national	
Angestoßen von:	Geschäftsleitung	
Branche	Telekommunikation	
Gesamtkosten:	10 - 20 TE	

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Social Media-Research



Studie Social Media-Research

Anbieterprofil

Kontakt- und Firmendaten:

Firma:	Netbreeze GmbH
Ansprechpartner/ Email:	Beate Geppert – Head of Sales and Consulting b.geppert@netbreeze.ch
Homepage:	www.netbreeze.ch
Firmentyp:	Social Media Monitoring Technologie Anbieter
gegründet:	1999
Mitarbeiter:	21
Verbandsmitgliedschaften:	Verband Schweizer Krisenkommunikation, Issue Mgmt. Council

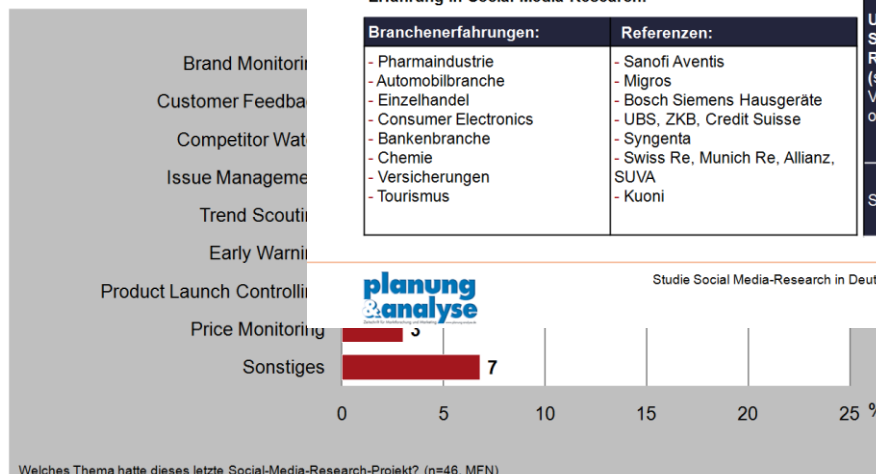
Stärken in Social Media-Research:

Welche Themen spielen bei Ihren Social Media-Research-Projekten eine Rolle? (z.B. Early Warning, Product Launch Controlling, Trend Scouting, Price Monitoring etc.)	- Reputation Management - Issues Management - Corporate Security - Consumer Feedback - Lead Generation - Complaining Management - Crisis Management - Trend Scouting - Product Launch Controlling
USP im Bereich Social Media-Research (spezielle/ eigene Verfahren, Software oder Methoden)	- Customer Ownership (Kunde erstellt Suchabfragen), - bei Bedarf: erfahrene Consultants unterstützen im Aufsetzen der Lösung. - Bewährte, eigens entwickelte Suchtechnologie, - elaborierte Tonalitätenanalyse
Sonstiges	breites Standardquellenset sowie Erweiterungsoptionen; spezielle Agenturangebote

Erfahrung in Social Media-Research:

Branchenerfahrungen:	Referenzen:
- Pharmaindustrie - Automobilbranche - Einzelhandel - Consumer Electronics - Bankenbranche - Chemie - Versicherungen - Tourismus	- Sanofi Aventis - Migros - Bosch Siemens Hausgeräte - UBS, ZKB, Credit Suisse - Syngenta - Swiss Re, Munich Re, Allianz, SUVA - Kuoni

Thema des letzten Social Media-Research-Projekts



Welches Thema hatte dieses letzte Social-Media-Research-Projekt? (n=46, MFN)

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Social Media-Research



Studie Social Media-Research in Deutschland



Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

(stellvertretend für die Herausgeber planung&analyse, research tools)

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Martinstraße 42-44

73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir die Studie Social Media-Research in Deutschland
zum Preis in Höhe von 500 EUR zzgl. MwSt.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Kontakt

Dr. Gwen Kaufmann
Leitende Redakteurin und Objektleitung
planung & analyse

Telefon: +49 (0) 69-7595-2019
Fax: +49 (0) 69-7595-2017
E-Mail: gwen.kaufmann@planung-analyse.de

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstrasse 251
60326 Frankfurt am Main
www.planung-analyse.de
www.dfv.de

planung & analyse ist die renommierte
Fachzeitschrift für Markt-, Media- und
Werbeforschung im deutschsprachigen Raum.

Dipl.-Kfm. Uwe Matzner
Geschäftsführer, Marktforscher BVM
Lehrbeauftragter für Markt- und Trendforschung

Telefon: +49 (0)711 55090381
Fax: +49 (0)711 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Martinstraße 42-44
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools ist der Spezialist für
Marktforschungsinstrumente. Innovative Tools,
Konzeption, Optimierung, Vermarktung.