



# Studiensteckbrief zur Studie Social Media-Research in Deutschland

erarbeitet von:  
planung & analyse, Frankfurt am Main, [www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
research tools, Esslingen am Neckar, [www.research-tools.net](http://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

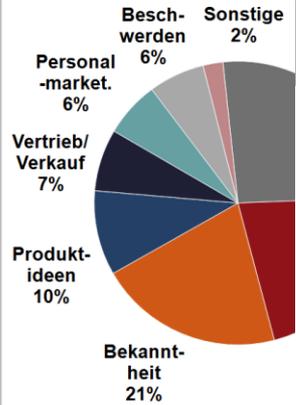
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	10
➤ Social Media-Research aus Nachfragersicht	
▪ Social Media-Aktivitäten: Kanäle, Abteilungen, Ziele und Herausforderungen	15
▪ Social Media-Research: Aktivität, Themen, Umsetzung, Trends und Entwicklungspotential	24
▪ Zusammenarbeit und Zufriedenheit mit Anbietern 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-Research

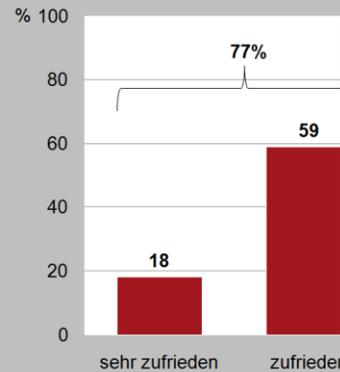


Studie S

## 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? (n=30)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Social Media-Research

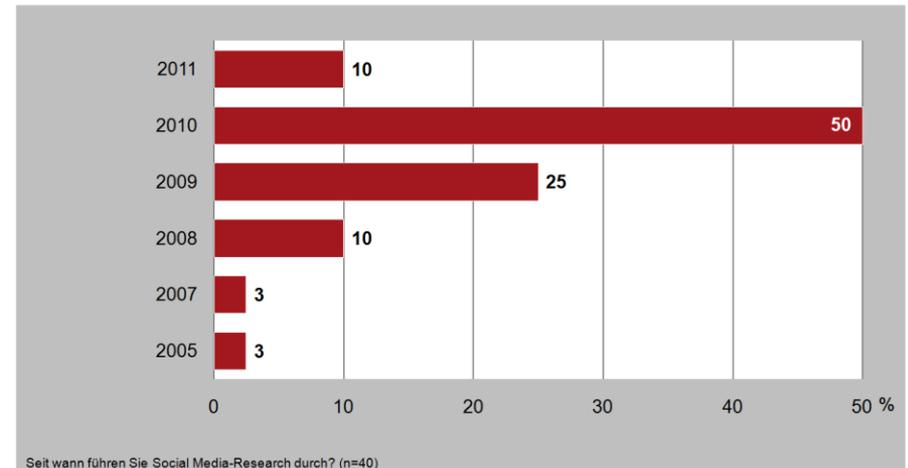


Studie Soci

## 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



Studie Social Media-Research in Deutschland



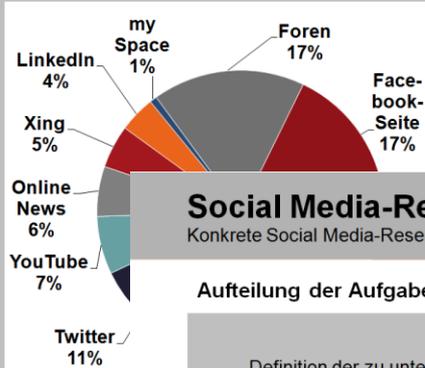
Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

# Beispielseiten (2)

## Social Media-Research aus Nachfragersicht

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

### Interessante Kommunikationskanäle für zukünftige Social Media-Research

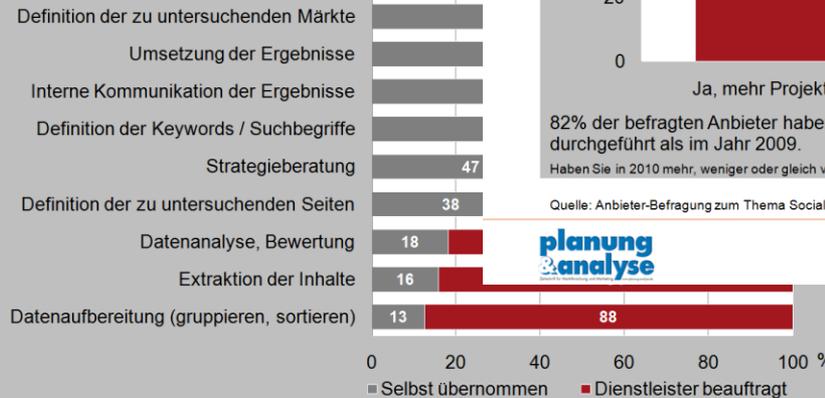


Von den Unternehmen, die nicht Social Media-Research machen, fanden 17% die Kanäle Foren und Facebook-Seite interessant und würden die Communities bzw. Blogs untersuchen.

### Social Media-Research aus Nachfragersicht

Konkrete Social Media-Research-Projekte, Musterprojekte

#### Aufteilung der Aufgaben bei der Durchführung des Social Media-Research



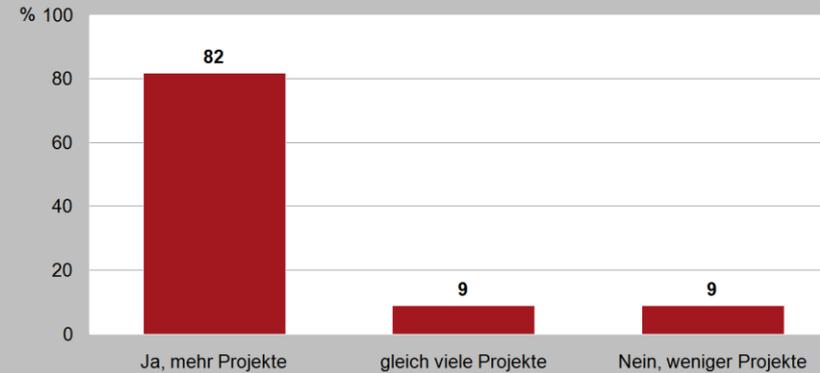
Welcher der folgenden Aufgaben haben selbst übernommen und für welche Leistungen haben Sie Dienstleister beauftragt? (n=27)

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



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

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Social Media-Research



Studie Social Media-Research

## Anbieterprofil



### Kontakt- und Firmendaten:

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

### Stärken in Social Media-Research:

<b>Welche Themen spielen bei Ihren Social Media-Research-Projekten eine Rolle? (z.B. Early Warning, Product Launch Controlling, Trend Scouting, Price Monitoring etc.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reputation Management</li> <li>- Issues Management</li> <li>- Corporate Security</li> <li>- Consumer Feedback</li> <li>- Lead Generation</li> <li>- Complaining Management</li> <li>- Crisis Management</li> <li>- Trend Scouting</li> <li>- Product Launch Controlling</li> </ul>
<b>USP im Bereich Social Media-Research (spezielle/ eigene Verfahren, Software oder Methoden)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer Ownership (Kunde erstellt Suchabfragen),</li> <li>- bei Bedarf: erfahrene Consultants unterstützen im Aufsetzen der Lösung.</li> <li>- Bewährte, eigens entwickelte Suchtechnologie,</li> <li>- elaborierte Tonalitätenanalyse</li> </ul>
<b>Sonstiges</b>	breites Standardquellen-set sowie Erweiterungsoptionen; spezielle Agenturangebote

## Social Media-Research

Konkrete Social Media-Research-Projekte

### 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

# 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](mailto:gwen.kaufmann@planung-analyse.de)

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstrasse 251  
60326 Frankfurt am Main  
[www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
[www.dfv.de](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Martinstraße 42-44  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

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