

Social-Media-Studie-2009

24.11.2009, 14:19 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *infospeed GmbH*

Social-Media-Studie 2009

Aktuelle Situation der Blogger und Foren-Betreiber

Ergebnisse einer Online-Befragung

Die an der Fachhochschule Köln unter der Leitung von Prof. Dr. Matthias Fank durchgeführte Social-Media-Studie gibt Einblicke in die Situation von Foren- und Blogbetreibern in Deutschland. Die Studie ist frei zugänglich unter >> www.infospeed.de

Köln, 23.11.2009 – Die Social-Media-Studie zeigt unter anderem, dass auf Blogs verfasste Beiträge zu rund 90% von den Betreibern selber erstellt werden. Bezahlte Beiträge gibt es zwar, diese bilden aber derzeit eher die Ausnahme. Zudem sollten solche bezahlten Beiträge auch eindeutig als solche gekennzeichnet werden, finden 90% der befragten Blogger. Die Mehrzahl der Blogger ist darüber hinaus der Meinung, dass die Unabhängigkeit eines Blogs durch die Vergütung von Beiträgen leide.

Werbeeinnahmen durch Banner sind als Einnahmequelle am stärksten verbreitet. Die Einnahmen reichen aber nicht aus, um einen Lebensunterhalt daraus bestreiten zu können. 57,8% der Studienteilnehmer halten es auch nicht für möglich, mit einem Forum bzw. einem Blog seinen Lebensunterhalt finanzieren zu können. Einige rein privat betriebene Foren und Blogs sehen zudem keine Notwendigkeit, Einnahmen mit ihrer Anwendung zu erzielen.

Verdeckte, durch Unternehmen erstellte Beiträge oder Manipulationsversuche erfolgen laut der Studienteilnehmer eher selten. Unternehmen, oder von Unternehmen beauftragten Agenturen, gelingt es zudem nach Ansicht der Befragten nicht, sich in der Wortwahl dem Jargon der User anzupassen. Die Texte wirken häufig zu kommerziell und die Selbstdarstellungen der Unternehmen sind zu positiv. Sogenannte Richtigstellungen von Usern deuten häufig auf verdeckte Beiträge der Unternehmen hin, die oft dann erfolgen, wenn zuvor ein negativer Beitrag verfasst wurde. Zahlreiche Studienteilnehmer sind zudem der Meinung, dass Foren und Blogs in Deutschland ein eher schlechtes Ansehen genießen. Dies führen sie mehrheitlich auf das schlechte Image bei Journalisten und Journalistenverbänden zurück.

Weitere Informationen

Zum Thema Webmonitoring:

infospeed GmbH
Torsten Franz
Web Specialist
Große Telegraphenstraße 2
50676 Köln
Tel: +49 (0)221 – 998410-10
Fax: +49 (0)221 – 998410-11
torsten.franz@infospeed.de

Zum Thema Online-Befragungen:

Interrogare GmbH
Christian Dicke
Head of Marketing & Sales
Meisenstr. 96
33607 Bielefeld
Tel: +49 (0)521 – 2997 349

Fax: +49 (0)521 – 2997 3460
christian.dicke@interrogare.de

www.infospeed.de
www.interrogare.de

Die Unternehmen unterstützten die Durchführung dieser Studie technisch und inhaltlich.

Portrait

Als einer der Marktführer im Bereich Webmonitoring bzw. Social Media Monitoring bietet infospeed die zielorientierte Identifikation, Bewertung, Analyse, Aufbereitung und Überwachung von frei im Internet verfügbaren Informationen, zum Beispiel in Blogs und Foren.

Die Kompetenzen von infospeed liegen dabei zum einen in der Identifikation und Bewertung aller für ein Unternehmen relevanten Online-Quellen, zum anderen in der umfassenden inhaltlichen Auswertung aller relevanten Beiträge und Meinungen im Web (User Generated Content) sowie in der Verdichtung dieser Informationen zu aussagekräftigen Reports. Darüber hinaus entwickelt unser Team auf der Grundlage der Reportings individuelle Maßnahmen im Bereich Social Media Marketing, mit denen Unternehmen sich angemessen und wirkungsvoll im Internet darstellen können.

infospeed verfügt über mehr als 5 Jahre Erfahrung im Bereich Social Media Monitoring und Social Media Marketing und hat in dieser Zeit eine Vielzahl an Projekten für namhafte Unternehmen erfolgreich umgesetzt und sich als einer der Marktführer in diesem Bereich etablieren können. Mit unserem wissenschaftlichen Hintergrund und der langjährigen Erfahrung unseres Teams sind wir Ihr Ansprechpartner, wenn es darum geht, Meinungen über Ihre Produkte oder Ihr Unternehmen im Web zu erfassen und auszuwerten.

Basierend auf den von Prof. Dr. Matthias Fank von der Fachhochschule Köln entwickelten Modellen, bilden die Dienstleistungen von infospeed die Schnittstelle zwischen den Forschungsergebnissen wissenschaftlicher Projekte und der praktischen Umsetzung innovativer Projekte.

News-ID: 374128 • Views: 991 (Stand: 25.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/374128/Social-Media-Studie-2009.html>