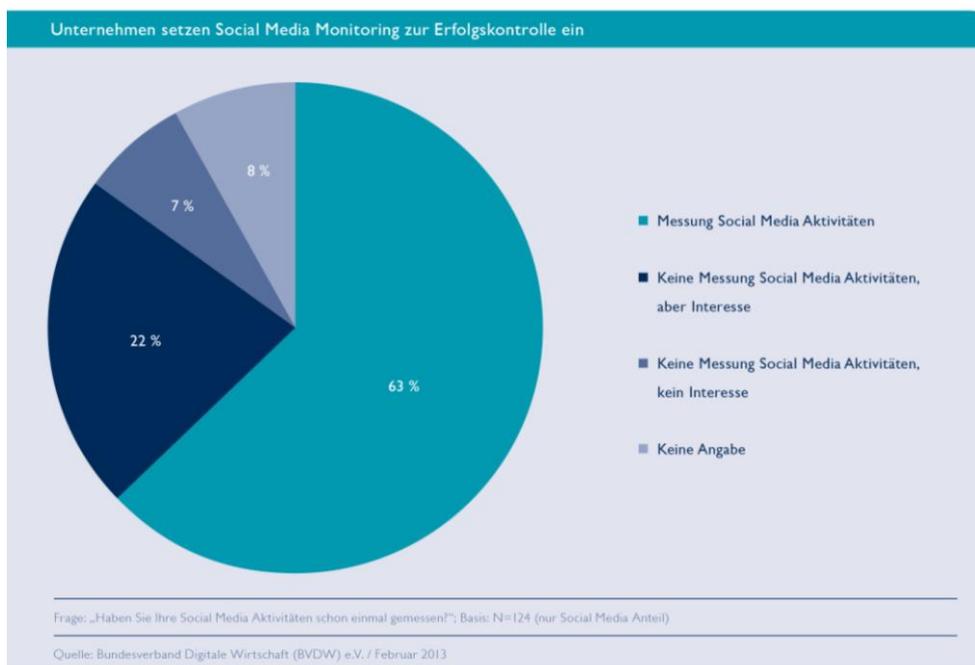


## **BVDW: Unternehmen bewerten gezielt ihre Aktivitäten in Social Media**

Social Media Erfolgsmessung erfolgt vorwiegend durch Analyse von Gesprächen der Nutzer und klassische Kennzahlen

**Düsseldorf, 13. Februar 2013 – Die Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht eine aktuelle Untersuchung zu Social Media Monitoring unter 124 Unternehmen. Die Mehrheit der befragten Unternehmen misst den Erfolg ihrer Social-Media-Aktivitäten regelmäßig. Für die Erfolgsmessung beobachten die Unternehmen dabei gezielt die Gespräche der Nutzer über Marken, Produkte und Dienstleistungen. Gleichzeitig greifen die Unternehmen auf vorhandene Webanalyse-Kennzahlen zurück. In der wachsenden Bedeutung der Erfolgsmessung sieht die Fachgruppe Social Media im BVDW eine Bestätigung der bisherigen Verbandsarbeit und plant branchenweite Standards für die Erfolgsmessung von Social Media zu entwickeln. Weitere Details stehen auf der BVDW-Website unter [www.bvdw.org](http://www.bvdw.org).**



### **Forderung nach branchenweit gültigen Monitoring-Standards**

„Derzeit dient Social Media Monitoring zusammen mit klassischen Webanalyse-Kennzahlen den Unternehmen als erste Grundlage für jegliche Bewertung ihrer Aktivitäten in sozialen Netzwerken. Die an dem Dialog mit den Nutzern teilnehmenden Unternehmen müssen sich regelmäßig die Frage stellen, ob die gewünschten Ziele mit ihren Social-Media-Maßnahmen erreicht werden können. Wir sehen in dem steigenden Marktinteresse an Social Media Monitoring eine klare

Bestätigung unserer Verbandsarbeit, im Bereich der Erfolgsmessung einheitliche und branchenweit gültige Standards für verschiedene Anwendungsszenarien von Social Media zu entwickeln. Schließlich verfolgt jedes Unternehmen unterschiedliche Ziele mit ihren Social-Media-Aktivitäten – angefangen von der Steigerung des Bekanntheitsgrads über die Erhöhung der Kundenbindung bis hin zur Optimierung des Kundenservice“, sagt **Anna-Maria Zahn** (Forschungsweb), stv. Vorsitzende der Fachgruppe Social Media im BVDW.

### **Mehrheit der Unternehmen bewertet Social-Media-Aktivitäten**

Laut der BVDW-Studie untersuchen sechs von zehn Unternehmen (63 Prozent) ihre Aktivitäten in sozialen Netzwerken. Hingegen führen 29 Prozent der befragten Unternehmen kein Social Media Monitoring durch. Von diesem Anteil bekunden bereits drei Viertel dieser Unternehmen (75,6 Prozent) Interesse daran, den Erfolg ihrer Social-Media-Aktivitäten zukünftig zu bewerten.

### **Social Media Monitoring erfolgt anhand einfacher Maßnahmen**

Die eigentliche Analyse im Social Media Monitoring erfolgt bei den meisten Unternehmen anhand einfacher Maßnahmen. Neun von zehn der Unternehmen, die ihren Erfolg in Social Media messen, beobachten gezielt die Gespräche über ihre Marken, Produkte und Dienstleistungen. In der Regel erfolgt diese Bewertung durch die Analyse von veröffentlichten Statusmeldungen in Facebook und Twitter, Artikeln in Blogs und Foren sowie Kommentaren und Diskussionen. Gleichzeitig greift ein gleichgroßer Anteil der Unternehmen zur weiteren Erfolgsmessung auf vorhandene Kennzahlen wie die Analyse von Absatzzahlen oder kontinuierliche Webanalyse-Metriken zurück. Nahezu jedes der befragten Unternehmen gibt an, mit diesen beiden generellen Varianten der Erfolgsmessung zufrieden zu sein.

### **Verbesserungsbedarf bei klassischen Marktforschungsmethoden**

Lediglich ein Fünftel der Unternehmen führt eigene Marktforschungsbefragungen zur Messung des Erfolgs ihrer Social-Media-Maßnahmen durch. Insbesondere in diesem Punkt sehen die Unternehmen ein großes Optimierungspotenzial. Rund ein Drittel (31 Prozent) ist mit den Messungen durch die klassische Marktforschung unzufrieden.

### **Methodische Hinweise zur Studie**

Das aktuelle Teilergebnis der BVDW-Studie „Social Media in Unternehmen“ gewährt allen Marktteilnehmern einen detaillierten Einblick in die Social-Media-Aktivitäten der werbetreibenden Wirtschaft. Insgesamt wurden 140 werbungstreibende Unternehmen durch den BVDW befragt. Für die Untersuchung zum Schwerpunkt Social Media Monitoring flossen die Antworten von 124 Unternehmen ein, die Aktivitäten in Social Media betreiben.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:  
[http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw\\_social\\_media\\_monitoring/](http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_social_media_monitoring/)

**Kontakt:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

**Ansprechpartner für die Presse:**

Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33  
[schnoor@bvdw.org](mailto:schnoor@bvdw.org)

**Über den BVDW**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**