

## Die neuen Meinungsmacher

### Bedeutung, Chancen und Risiken für Unternehmen

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

5. Internationale Konferenz der Issues Management Gesellschaft  
Deutschland e. V. am 8. September 2006  
Hessische Staatskanzlei, Wiesbaden

## Issues Management made in Hollywood





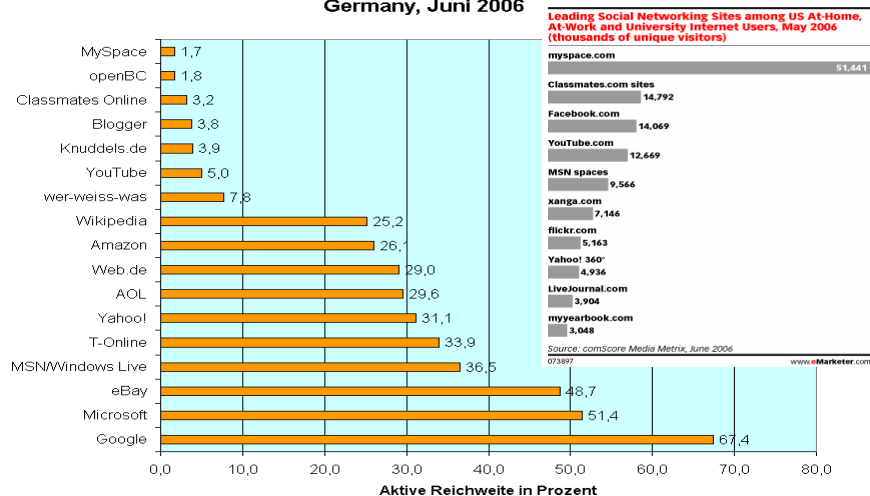
## Einerseits: „smarte“ Technologien – das Internet wird interaktiv

- \_ **Offline und Online verschmelzen:**  
private Datenspeicher im Netz, automatische Softwareupdates, Suchmaschinen für Desktop und Internet
  
- \_ **Offene Basistechnologien beschleunigen Innovationen:**  
Web Service APIs, Ajax, RSS, ...
  
- \_ **Neue Anwendungen unterstützen Kommunikation und Kollaboration:**  
Weblogs, Wikis, Podcasts, Social Bookmarking, ...

5 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## ... generiert neue Reichweiten und Umsatz

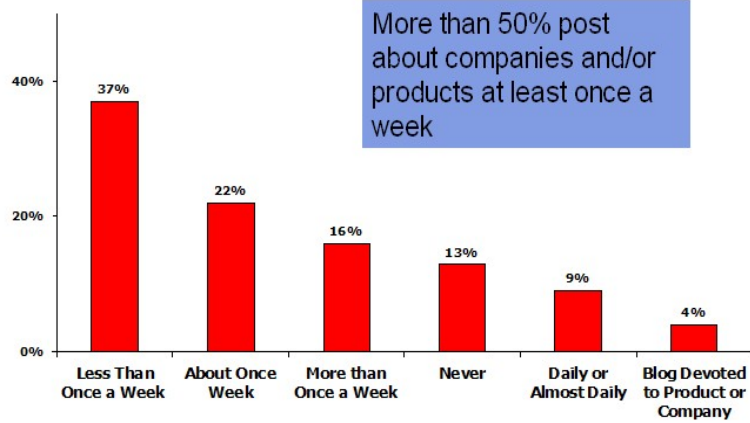
**Top 10 Brands and selected Social Networking Brands;  
Germany, Juni 2006**



6 / Ansgar Zerfaß

## ... und fokussiert Unternehmen und ihre Produkte

How often do you write about companies, their products or employees?



7 / Ansgar Zerf

„Engaging the Blogosphere“ survey, n = 821 influential bloggers (Edelman/Technorati, USA), Oct. 2005

## Wichtiger noch: das Publikum wird aktiv



Ausrisse (vergrößert): BILDblog.de

8 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## ... aktiviert durch die geballte Medienmacht



**Praktikant/-in  
"BILD-Leser-Reporter"**  
wir suchen schnellst möglich eine(n) Praktikant/-in

**Aufgaben:**

- Überprüfung und Einordnung eingeschickter Bilder und Videos - Auswahl der besten "Fotos des Tages" - Einfügen ins CMS (Vorkenntnisse von Vorteil) - Kreativer Input zur Entwicklung der BILD-Leser-Reporter-Bühne

**Anforderungen:**

- Sicherheit im Umgang mit dem MS-Office-Paket - schnelle Auffassungsgabe, sehr gute Schreibe - gute deutsch Kenntnisse - Flexibel, selbstständig, teamfähig, belastbar

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

Dann bewerben Sie sich bei uns - gerne auch per Mail an rowan.barnett@bild.t-online.de

Praktikumsdauer: 3-6 Monate

9 / Ansgar Zerfaß, September 2006

30.08.06: Verteilung von 2 Millionen Postkarten bundesweit / 27.08.06: Stellenangebot stepstone.de

## ... und bezahlt von kreativen PR-Agenturen

http://www.mywikibiz.com/ Wechseln zu Google

**MyWikiBiz.com**  
Authoring *Your* Legacy

Home Order Now Eligibility About Us Contact Us

**MyWikiBiz.com – We author Wikipedia articles**

**Wikipedia** is perhaps the most influential Internet phenomenon to emerge in the 21st century. The global, cooperative free-content encyclopedia is now the web's **number one** Reference site, and businesses shouldn't be left behind on this information opportunity.

If your company or organization already has a well-designed, accurately-written article on Wikipedia, then congratulations – our services are not for you.

However, if your business is lacking a well-written article on Wikipedia, read on – we're here to help you!

An article on Wikipedia about your business **will generate more traffic** to your web site. It's hard to believe, but the Wikipedia domain garners more Internet visitors than the web sites of the New York Times, the Weather Channel, MapQuest, and InfoSpace – **combined!**

alexa website statistics by alexaholic

alexaholic type: reach rank page views range: 7d 1m 3m 6m 1y 3y 5y

Daily Reach (per million)

wikipedia.org	mytimes.com	weather.com
mapquest.com	infospace.com	

60,000

10 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Krisen werden beschleunigt

The screenshot shows the Inquirer website with a red header. The main article is titled "Dell Details on Notebook Battery Recall". The article text includes: "Dell announced a recall today of lithium-ion batteries sold in many of our notebook computers over the past two years. You may have seen the recent New York Times story or have seen other details in the litigiousphere. As the leader of the mobile business for Dell, I wanted to share my thoughts on this recall." It also mentions that lithium-ion is a proven technology and that the recall is a voluntary action. The website has a sidebar with navigation links like "SOFTWARE", "MEMORY", "MICROPROCESSORS", etc., and a search bar.

11 / Ansgar Zerfaß, September 2006

August 2006: Rückruf von 4,1 Mio Notebook-Akkus durch Dell, Kosten ca. 400 Mio. US-\$

## Neue Kommunikationswege eröffnen Chancen

The screenshot shows the Direct2Dell website with a dark header. The main article is titled "Dell Response to Wall Street Journal Article". The article text includes: "Some of you may have seen yesterday's story that appeared in the Wall Street Journal (subscription required). Our view is that it only tells part of the Dell story. What's missing is the progress we're making against four key areas for consumer and small-business customers: post-sales customer experience, sales customer experience, pricing simplification, and improving how we reach customers through marketing." It also mentions that the online community is important to them. The website has a sidebar with navigation links like "SOFTWARE", "MEMORY", "MICROPROCESSORS", etc., and a search bar.

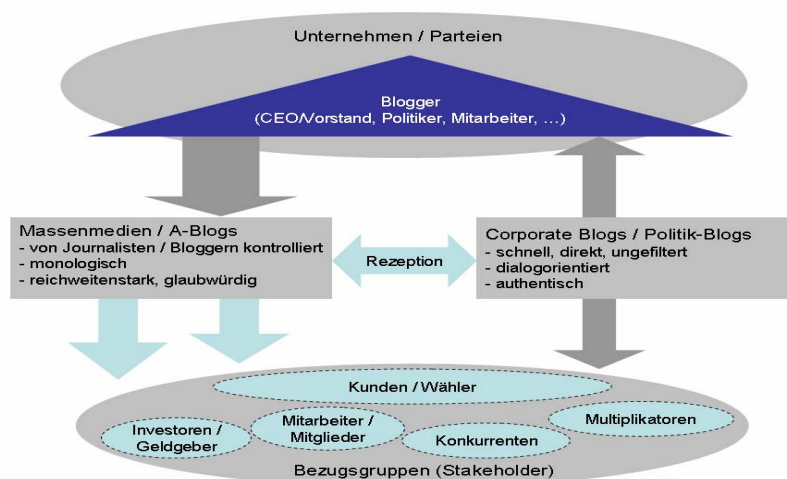
12 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Neue Formen der Meinungsbildung im Internet



13 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Neue Gatekeeper und Multiplikatoren, direkte Kommunikation und massenmediale Rezeption

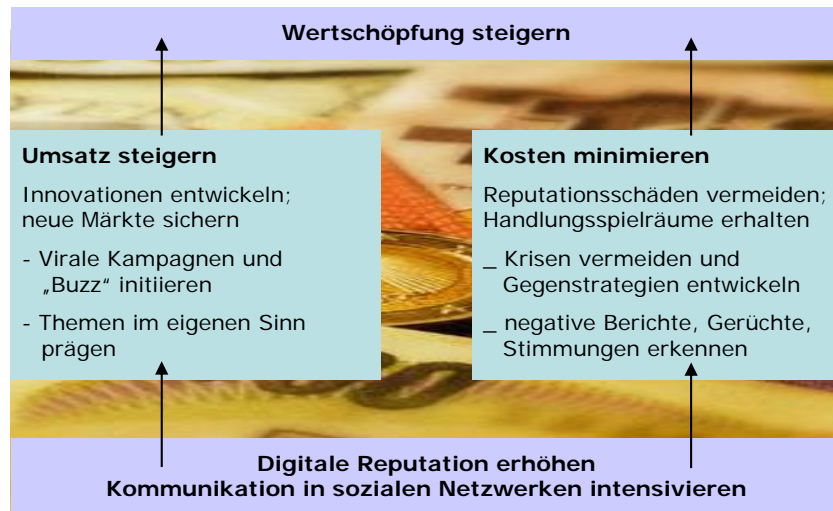


14 / Ansgar Zerfaß, September 2006

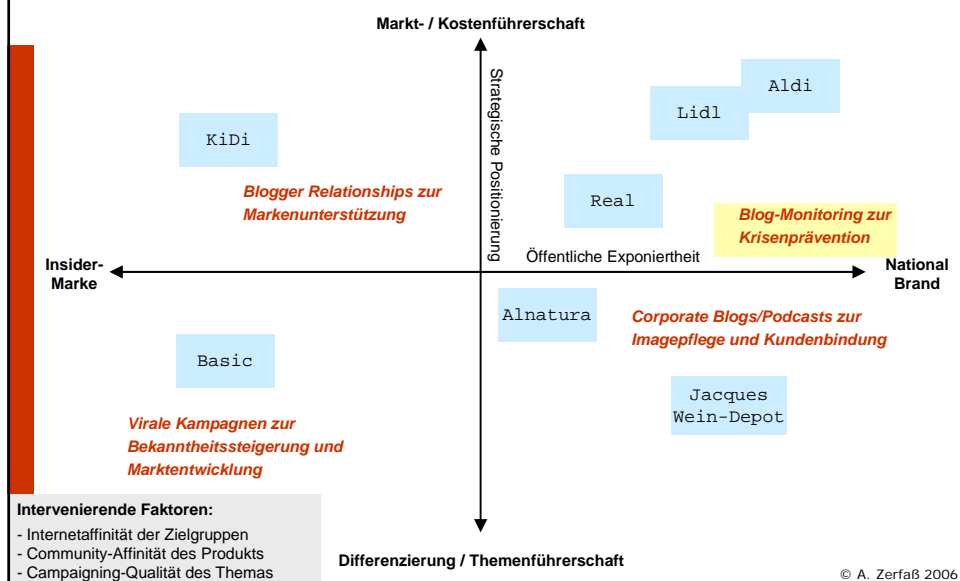
Quelle: Zerfaß/Boelter, Die neuen Meinungsmacher, Graz 2005



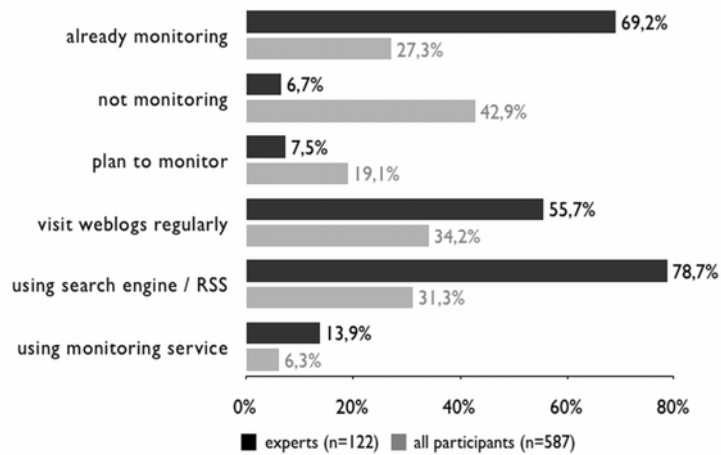
## Werte schaffen mit Web 2.0-Kommunikation



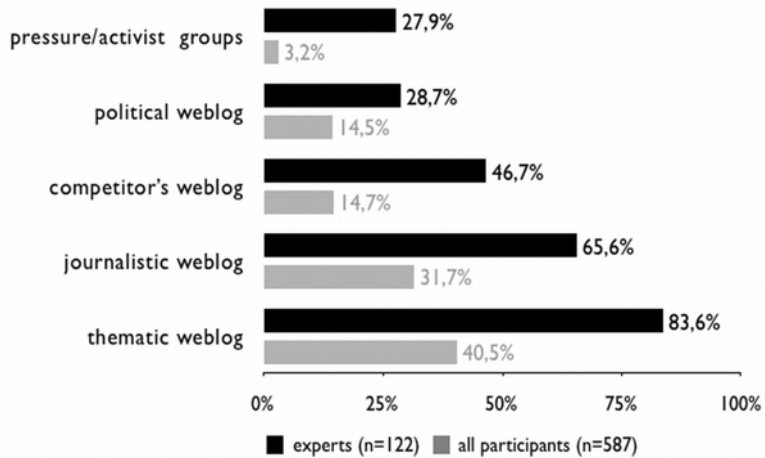
## Web 2.0-Strategien entwickeln: Die Strategy-Exposure-Matrix als Entscheidungsraster



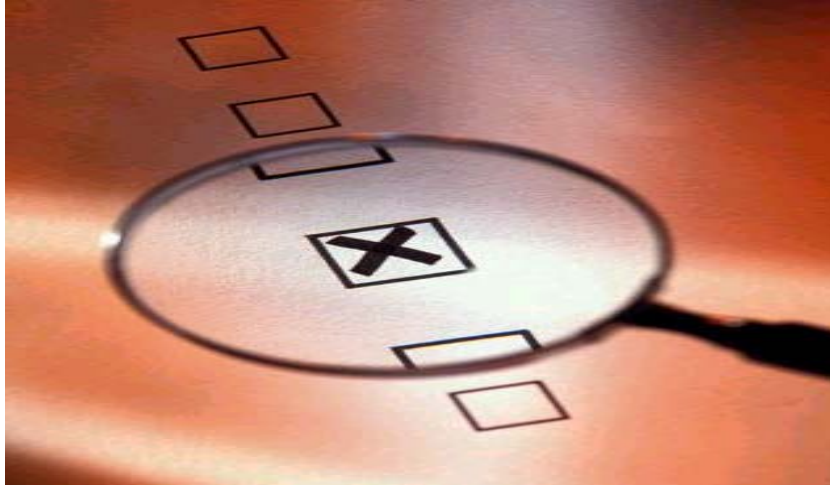
## Status Quo in Europa: Wie Kommunikationsmanager Weblogs beobachten



## Welche Weblogs beobachtet werden

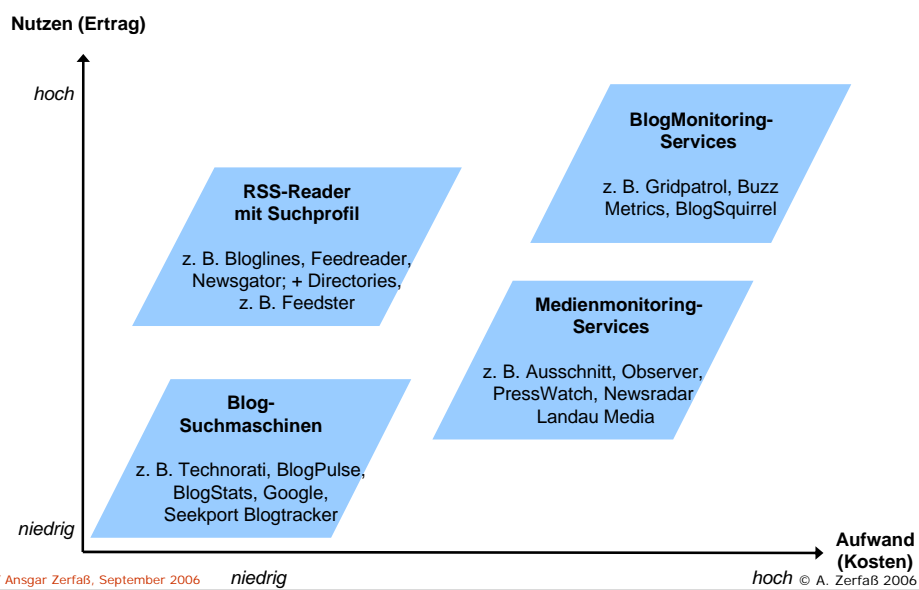


## Monitoring-Tools im Überblick



21 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Methoden im Kosten-Nutzen-Vergleich



22 / Ansgar Zerfaß, September 2006

niedrig

hoch © A. Zerfaß 2006

## Blog-Suchmaschinen

The screenshot shows the search results for 'metro' on the seekport.de website. The search bar at the top contains the word 'metro'. Below the search bar, there are several filters and options, including 'Internet', 'Bilder', and 'Produkte'. The search results are sorted by 'Relevanz' and show a list of five items, each with a red 'B' icon and a title. The first item is 'Metro (Sponsored Link) Vhs-Produkte zu Tiefpreisen Sparen Sie jetzt bis zu 75%!'. The second item is '1. Öffnungszeiten METRO Bremen Der Shopblogger Mittwoch, 1. ...'. The third item is '2. Moskau Blog » Metro - ...'. The fourth item is '3. Bei Metro ...'. The fifth item is '4. Schnorren bei Metro ...'. The fifth item is '5. Metro - hostblogger.de ...'. Each item has a small red 'B' icon next to it.

23 / Ansgar Zerfaß, September 2006

Beispiel: Seekport Blogtracker, Suchanfrage: „Metro“

## Pragmatische Ansätze: Vorteile und Grenzen

### – Blog-Suchmaschinen

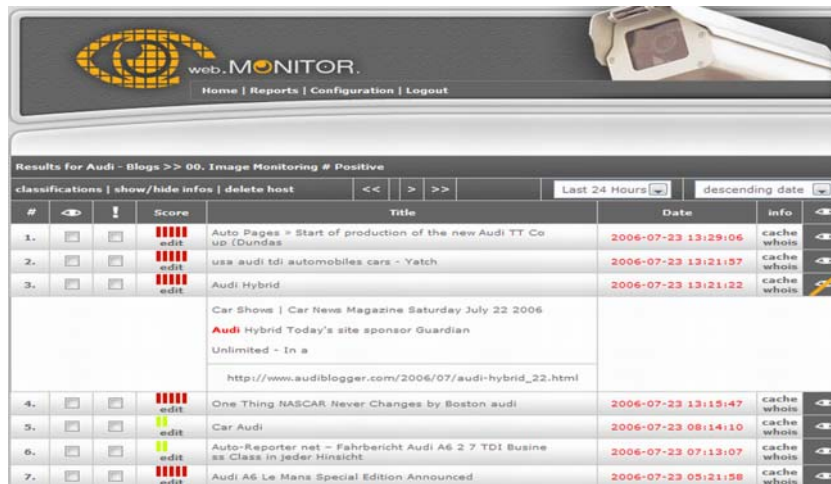
- + jederzeitig verfügbar, einfache Bedienung, kostenfrei
- nur für ad-hoc-Monitoring und Identifikation von Blogs geeignet

### – RSS-Reader mit Suchprofil

- + einfach einzurichtendes, automatisiertes Monitoring
- hoher Aufwand für Quellenaktualisierung und Auswertung

24 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## BlogMonitoring-Services



The screenshot shows the web.MONITOR interface with a search results table for 'Audi'. The table has columns for #, Score, Title, Date, and info. The results are sorted by date in descending order.

#	Score	Title	Date	info
1.		Auto Pages - Start of production of the new Audi TT Coupé (Dundas)	2006-07-23 13:29:06	cache whois
2.		usa audi tdi automobiles cars - Yatch	2006-07-23 13:21:57	cache whois
3.		Audi Hybrid	2006-07-23 13:21:22	cache whois
Car Shows   Car News Magazine Saturday July 22 2006 Audi Hybrid Today's site sponsor Guardian Unlimited - In a <a href="http://www.audiblogger.com/2006/07/audi-hybrid_22.html">http://www.audiblogger.com/2006/07/audi-hybrid_22.html</a>				
4.		One Thing NASCAR Never Changes by Boston audi	2006-07-23 13:15:47	cache whois
5.		Car Audi	2006-07-23 08:14:10	cache whois
6.		Auto-Reporter.net - Fahrbericht Audi A6 2.7 TDI Business Class in jeder Hinsicht	2006-07-23 07:13:07	cache whois
7.		Audi A6 Le Mans Special Edition Announced	2006-07-23 05:21:58	cache whois

25 / Ansgar Zerfaß, September 2006

Beispiel: Gridpatrol Monitoring, Suchanfrage: „Audi“

## Professionelle Dienste: Vorteile und Grenzen

### \_ Medienmonitoring-Services

- + „one stop shopping“ und Synergien mit der Medienbeobachtung
- + Analyse und Auswertung im Zusammenspiel mit Massenmedien
- begrenztes Beobachtungsspektrum
- hoher Aufwand für manuelles Lektorat

### \_ BlogMonitoring-Services

- + qualitativ hochwertige Kombination von Dataming- und Auswertungs-Technologien
- + übersichtliche Ergebnisdarstellung, Integration in Issues Management und Kommunikations-Controlling
- Initialisierungsaufwand und Kosten, Integrationsbedarf

26 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Fazit

- **Web 2.0:**  
ist kein Hype, sondern Vorbote einer neuen Ära gesellschaftlicher Kommunikation.
- **Neuorientierung des Issues Management:**  
ist ein Gebot der Stunde – insbesondere für marken- und reputationsstarke Unternehmen.
- **Monitoring-Tools:**  
sind unternehmensspezifisch auszuwählen, der Markt entsteht erst.
- **Verzahnung von Weblog-Monitoring und Medienbeobachtung:**  
ist nur ein erster Schritt. Künftig interessiert immer mehr, was Kunden, Meinungsführer und Mitarbeiter in sozialen Netzwerken kommunizieren.



## Literatur zum Thema

- **Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien**  
von Ansgar Zerfaß und Dietrich Boelter  
Graz: Nausner & Nausner 2005  
(via [www.meinungsmacherblog.de](http://www.meinungsmacherblog.de): 12.- EUR, 191 S.)
- **Issues Management und Web 2.0: Monitoring der Meinungsbildung in der Blogosphäre**  
von Ansgar Zerfaß und Swaran Sandhu  
in: PR Magazin, 37. Jg. Nr. 9, S. 45-52
- **Blogging for Business**  
von Shel Holtz und Ted Demopoulos  
Chicago: Kaplan 2006
- **Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern**  
von Erik Möller  
Hannover: Heise, 2. Auflage 2006

29 / Ansgar Zerfaß, September 2006

## Kontakt

### Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol. habil.

Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft  
Universität Leipzig

Ritterstr. 24  
D-04109 Leipzig

Fon +49 341 97-35040  
Fax +49 341 97-35049

E-Mail [zerfass@uni-leipzig.de](mailto:zerfass@uni-leipzig.de)  
Website [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de)

Universität Leipzig – Nr. 1 im Handelsblatt Karriere-Ranking  
der Medien-Studiengänge in Deutschland 2006

UNIVERSITÄT LEIPZIG



30 / Ansgar Zerfaß, September 2006