PRESSEMITTEILUNG

Das neue Institut ForschungsWeb setzt auf unabhängige Social-Media-Monitoring-Beratung und professionelle Social-Media-Research

ForschungsWeb schließt Lücke zwischen klassischer Marktforschung und Analyse der digitalen Welt

Nürnberg, 14.06.2012 - Mit ForschungsWeb tritt erstmalig ein Forschungs- und Beratungsunternehmen auf den deutschen Markt, das sich als Wegweiser und Wegbereiter im Bereich der Social-Media-Forschung versteht. Dabei setzt ForschungsWeb einerseits auf die Verbindung von klassischer Marktforschung mit der Analyse der digitalen Welt. Anderseits möchte ForschungsWeb die Professionalisierung der Social-Media-Monitoring-Branche vorantreiben. Anna-Maria Zahn, *Bereichsleiterin Social Media Research*, vom neuen Nürnberger Institut ForschungsWeb: „Wir wollen unseren Kunden den Weg durch den Dschungel der vielen, stark unterschiedlichen Social-Media-Monitoring-Anbieter erleichtern. Nicht jedes Tool passt zu jedem Problem, nur weil das Etikett „Social-Media-Monitoring" daran heftet. Unsere große Stärke ist dabei unsere Unabhängigkeit", so Zahn weiter. „Wir bieten keine eigene entwickelte Monitoring-Software. Das ist die Kernkompetenz der Technologie-Hersteller. Wir suchen für unsere Kunden die beste, weil passendste Social-Media-Monitoring-Lösung aus und dies auf Basis von uns entwickelter, standardisierter Qualitätskriterien." Die zweite Säule des Leistungsportfolios bildet die Konzeption und Durchführung von Social-Media-Analysen und -Reportings zur Klärung der Fragen verschiedenster Unternehmensbereiche (Marktforschung, Marketing, PR, Produktmanagement, Controlling). Hierbei hebt sich ForschungsWeb durch die intelligente Kombination verschiedener Methoden ab: Neben Social-Media-Monitoring kommen auch auf andere Datenerhebungsformen wie die Onlinebefragung oder das Webtracking zum Einsatz. Dafür ist ForschungsWeb eine enge Kooperation mit dem Full-Service-Marktforschungsinstitut **ForschungsWerk** eingegangen. Social-Media-Expertise vernetzt sich hier mit langjähriger Marktforschungskompetenz.

ForschungsWeb sieht Social-Media-Forschung als Ergänzung des Methoden-Repertoires der klassischen Marktforschung. Somit erhält der Kunde eine zusätzliche Perspektive auf das Verhalten und die Meinungen von Menschen und die Entwicklung von Themen. Ein weiteres

Merkmal von ForschungsWeb erläutert Stephan Schuster, Geschäftsführer des neuen Instituts: „Wir übertragen die klassischen Marktforschungsmethoden und Qualitätsstandards auf das durch Social-Media-Monitoring erhobene Datenmaterial. So erhalten Unternehmen Ergebnisse aus der Social-Media-Forschung, denen sie vertrauen können. Wir legen daher sehr großen Wert auf die Einordnung, Strukturierung und Validierung der Social-Media-Daten." Auf diese Weise unterstützt ForschungsWeb Unternehmen auf dem Weg zur Professionalisierung ihrer Social-Media-Monitoring & -Analyse-Aktivitäten und trägt gleichzeitig dazu bei, die Potentiale der Social-Media-Analyse für die klassische Marktforschung nutzbar zu machen.

Für die fachliche Leitung konnte Anna-Maria Zahn gewonnen werden. Sie war zuvor als Teamleiterin Social Media Analytics & Consulting bei der Business Intelligence Group GmbH (B.I.G.), einem in Deutschland marktführenden Monitoring-Anbieter, tätig. Bei B.I.G. entwickelte und leitete sie zuletzt den Bereich der Agentur- und Partnerbetreuung. Durch die Betreuung von Kunden unterschiedlicher Größe und Branchen verfügt sie über eine große Bandbreite an Erfahrungswissen verschiedener Anwendungsgebiete des Social-Media-Monitorings und der Social-Media-Analyse. Zudem bringt sich die studierte Kommunikationswissenschaftlerin seit Jahren in den für das Thema Social Media relevanten Verbänden und Gremien ein und hält auf verschiedenen Kongressen und Konferenzen Vorträge und Workshops. Unter anderem leitet sie seit drei Jahren die Unit Markt-/Trendforschung der Fachgruppe Social Media des Bundesverbandes der Digitalen Wirtschaft.

Pressekontakt:

ForschungsWeb GmbH
Yvonne Matuschek
PR/ Marketing
Tel.: +49 (0) 911 132 39 60
Fax.: +49 (0) 911 132 39 59
Mobil: +49 (0) 157 739 30 836
E-Mail: pr@forschungsweb.com

Bildmaterial:

- *ForschungsWeb*
- *Foto Anna-Maria Zahn*