

# MMO Media Market Observer



## SOCIAL MEDIA - Unternehmenspräsentation

„Wir lassen Sie nicht mehr aus den Augen“



# Unser Angebot an Sie

## Grundgedanken:

Wir unterstützen Sie bei **allen für Sie wichtigen Fragen rund um Social Media**.  
Unsere Kompetenzen liegen in der

- Beobachtung
- Beratung\*
- Begleitung\*

MMO entwickelt (in Kooperation mit BCC) zusammen mit Ihnen eine **Social Media Strategie aus einem Guss**.

Wir lassen Sie nicht alleine mit komplizierten technischen Tools und überfrachten Sie auch nicht mit ungefilterten Informationen.

Unsere Redakteure und Berater unterstützen Sie so gezielt, dass sich Ihre Firma im Social Web effizient und **gewinnbringend positionieren** und **weiter entwickeln** kann.

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele unserer Arbeit.

\*in Kooperation mit BCC Buzz Content Consulting

# Können wir noch ohne?

## facebook

- **Fast 550 Mio. Mitglieder weltweit**, Plus von 200 Mio. in 2010
- Hier verweilen User länger als bei Google & Yahoo zusammen
- **Alle deutschen Websites zusammen haben weniger Page Impressions als Facebook**
- Verdopplung der User-Zahl in Dtl. seit Januar auf über 11 Mio.



- **Mit zwei Milliarden Views pro Tag mehr Traffic als das gesamte Internet im Jahr 2010**
- Anzahl der Videos hat sich in nur vier Jahren verzwanzigfacht



- ca. 141, 3 Millionen Blogs weltweit
- davon ca. 1,23 Millionen deutschsprachig
- **95.142 täglich neue Blogs** (laut blogpulse/2010)



- **600 Nachrichten („Tweets“) pro Sekunde**
- 800 Mio. Suchanfragen pro Tag – damit mehr als Bing & Yahoo zusammen
- 105 Mio. Nutzer, davon 3 Mio. in Deutschland

# Konsequenzen & Herausforderungen

## Die Gegenwart: Firmen, die sich dem Thema Social Media bisher nicht widmen,...

- müssen zunehmend reagieren, anstelle zu agieren
- sind mit einem Verlust der Gestaltungsmacht konfrontiert – während in klassischen Medien professionelle Journalisten recherchieren, agieren in Social Media anonyme Akteure mit oftmals fragwürdigen Recherche-Background („Citizen Journalismus“)
- können durch jeden Beitrag eines Users, unabhängig von seiner tatsächlichen Relevanz, Schaden nehmen – vorausgesetzt, der User ist richtig vernetzt
- werden mit transparenter, individualisierter und direkter Kommunikation konfrontiert, die jedoch gleichzeitig wenig steuerbar ist
- zögern, sich online einzumischen: „Denn das Internet vergisst nicht“

## Die Zukunft: Wir helfen Ihnen dabei,...

- Vorgänge und Themen der Community beobachten und verstehen zu können
- Einfluss auf den dortigen Meinungsbildungsprozess zu gewinnen
- aktiv in Social Media einzutauchen, um dort als Akteur zu agieren – und nicht nur als Getriebener zu reagieren

# Unsere Tages- und Wochenberichte

## Kritik an teuren Kaffee-Abos

8. Dezember 2010, 15:18 Uhr

WELT ONLINE

Aufgekommen: 5.12.2010 Abgeflaut: noch nicht

Relevanz/Bewertung: ●●●●●

Tenor: **sehr negativ** – Tchibo wird als Initiator des Kaffee-Abo-Trends („Vorreiter auf diesem Gebiet ist Tchibo“) angeprangert und kritisiert („Ein stolzer Preis, verglichen mit herkömmlichem Filterkaffee“).

Krisen-Potenzial: **erheblich**. Die Kritik setzt sich in den Kommentaren fort (zum Bsp.: „Die Folgekosten dieser Anbieter sind teilweise sehr hoch“)

Learnings/Handlungsempfehlungen: Es existiert offenkundig eine sehr preissensible Kaffee-Community im Social Web.

Thematisierung im Wochenverlauf (orientiert an Nennungen in Online- und Social Media)

Datum	Thematisierung (geschätzt)
30.11	0
1.12	0
2.12	0
3.12	0
4.12	0
5.12	1
6.12	10
7.12	9
8.12	8

06.12.2010, 08:32 Uhr  
Senseo Fan sagt  
Genau das habe ich auch beachtet. Die Folgekosten dieser Anbieter sind teilweise sehr hoch. Man ist vertraglich gebunden eine Mindestmenge abzunehmen. Wir haben uns für eine Senseo Maschine entschieden, da man hier mehrere Anbieter für Kaffeepads im Sortiment hat. Es ist halt Geschmackssache und ein Versuch wert. Uns persönlich schmecken die Pads von Senseo besser, auch ist die Vielfalt etwas größer gestaltet. Im Punkte Preis liegt es im Mittelfeld. Die Senseo Maschine mit ca. 70.00€ und 16-18 Pads ca. 2.70€. Auch gibt es BIO-Kaffee Pads 30 Stk. für ca. 4.00€ auch diese sind Geschmacklich sehr gut und man fördert den Anbau in verarmten Gebieten der Welt. Ich denke, es hat sich jetzt gelohnt und der Geschmack ist immer frisch, da man sich nur eine Tasse frisch macht und der Kaffee in der Kanne nicht abstehen kann. Also war es die Senseo!

06.12.2010, 08:42 Uhr  
Adelhelm XIII von Brüllfrost sagt  
Jetzt wird sogar schon die Kaffeemaschine auf Pump gekauft...



**1. Informieren übersichtlich:** Daher erhalten Sie auf den ersten Blick verständliche Grafiken, Statistiken und Screenshots



**2. Zeigen Handlungsoptionen auf:** Hier liegt der größte Mehrwert für Sie. Daher erläutern wir sinnvolle Reaktionen auf das aktuelle Geschehen



**3. Ordnen Themen analytisch ein:** Wir stellen Entwicklungen, wo immer es möglich ist, stets in Zusammenhang mit anderen aktuellen News. Außerdem verknüpfen wir bei der Auswertung alle relevanten Online- und Social-Media-Segmente

Unsere Berichte sind **sachlich fundiert**, basieren dabei jedoch auf **übersichtlichen** Grafiken, anschaulichen Screenshots und klaren Strukturen – damit sie auch jeder versteht, der erst in den Social Media Fuß fasst.

# Facebook

## Zusammenfassung:

Analyse des bestehenden Firmenauftrittes im größten Social Media Network der Welt.

## Fazit:

Ergebnisse der Analyse. Tendenzen und Stimmungen, sowie Mitbewerber werden hier dokumentiert.

## Handlungsempfehlungen:

Hier werden explizite Handlungsempfehlungen abgegeben und Entscheidungshilfen für zukünftiges Vorgehen geboten.



# Twitter

## Zusammenfassung:

Aktiver Auftritt, wenn vorhanden, wird bewertet und analysiert.

## Handlungsempfehlungen:

Hier werden explizite Handlungsempfehlungen abgegeben und Entscheidungshilfen für zukünftiges Vorgehen geboten.



# Bewertungsportale

**Einordnung:** Auf mehreren Plattformen im Social Web können einzelne Nutzer Arbeitgeber bewerten und Stärken wie Schwächen beschreiben. Diese Bewertungen sind **anonym, subjektiv, allerdings sehr ernst zu nehmen**, zumal Seiten wie kununu.com hochfrequentiert sind

**Handlungsoptionen:** Im Krisenfall können Arbeitgeber Bewertungen beantworten oder Ansprechpartner nennen, um Kritik nicht ins Leere laufen zu lassen. Das wäre der Versuch, offener mit Mitarbeitern kommunizieren und sie in den Dialog über das Unternehmen einbinden.

The screenshot shows the Kununu website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Suche', 'Job bewerten', 'Bewerbung bewerten', 'Stellenmarkt', 'Job-Forum', and 'Mein kununu'. Below this is a green banner with the headline 'Arbeitnehmer bewerten Arbeitgeber' and a sub-headline 'Erfahre hier, wie andere ihren Job bewerten und bewerte selbst - natürlich anonym.' There's also a search box with the text 'Ist Deine Firma schon bew...'. The main content area shows a breadcrumb trail: 'Arbeitgeber » Österreich » Niederösterreich » Wiener Neudorf » Textilbranche » Palmers Textil AG'. The title of the page is 'Job bei Palmers Textil AG - Kommentare und Verbesserungsvorschläge'. Below the title are tabs for 'Kommentare', 'Bewertung', 'Arbeitgeberportrait', 'Fotos', 'Videos', and 'Jobs'. The 'Bewertung' tab is active, showing a review for 'Palmers Textil AG' located at '2351 Wiener Neudorf, Österreich' with the website 'www.palmers.at'. The review includes a star rating of 4.1 out of 5, with a scale from 'mangelhaft' to 'super'. Specific feedback categories are listed: 'Wohlfühlfaktor' (3.5), 'Karrierefaktor' (3.8), and 'Benefits' (5). A 'JETZT BEWERTEN' button is visible. At the bottom of the review section, there's a summary table:

<a href="#">Bewertungen</a>	Kommentare	Verbesserungsvorschläge	<a href="#">Aufrufe</a>	<a href="#">Gesamtbewertung</a>
8	0	1	655	4,1

<http://www.kununu.com/at/noe/wiener-neudorf/tb/Kunde X-textil>

# Blogs



**Einordnung:** Themenspezifische Blogs werden analysiert und kommentiert

Genau dort sind Meinungsmacher und Diskussionen zu finden.

**Handlungsempfehlung:** weiteres Vorgehen und mögliche Konzepte werden hier aufgezeigt

# Expertenforen

## Kaffee-Netz

The screenshot shows the homepage of the 'Kaffee-Netz' forum. At the top, there is a navigation bar with links for 'Disclaimer' and 'Impressum'. Below this is a login section with fields for 'Benutzername' and 'Kennwort', and a checkbox for 'Angemeldet bleiben?'. A search bar is also present. The main content area is divided into several sections: 'Werbung' (Advertisement) with links to 'Nespresso Business Kaffee' and 'New York Pass - 15% Off'; a welcome message; a table of forum topics; and a 'Reklame' (Advertisement) section for 'VBM DOMOBAR'.

Forum	Letzter Beitrag	Themen	Beiträge
<b>Maschinen und Technik</b>			
<b>Espresso- und Kaffeemaschinen</b> (54 Betrachter) Gute und schlechte Erfahrungen mit Maschinen	von <a href="#">rancilio silvia...</a> von <a href="#">djetmar</a> Heute 14:40	11.914	156.590
<b>Mühlen</b> (15 Betrachter) Gute und schlechte Erfahrungen mit Mühlen aller Art	von <a href="#">Doser Liebhaber?</a> von <a href="#">cappuffan</a> Heute 14:16	3.277	41.178
<b>Rund um die Bohne</b>			
<b>Bohnen und Kaffee</b> (21 Betrachter) Gute und schlechte Erfahrungen mit gerösteten Bohnen und Kaffee	von <a href="#">Tüten mit Ventil</a> von <a href="#">Schochladenseite</a> Heute 14:39	3.022	39.812
<b>Vom Rohkaffee zum Selbströster</b> (3 Betrachter) Alle Themen rund um die Röstung (sowohl Rohkaffee als auch entsprechende Maschinen)	von <a href="#">Heimröster in Freiburg gesucht</a> von <a href="#">Espresso_Fr</a> Heute 10:43	845	13.378

### Auszug:

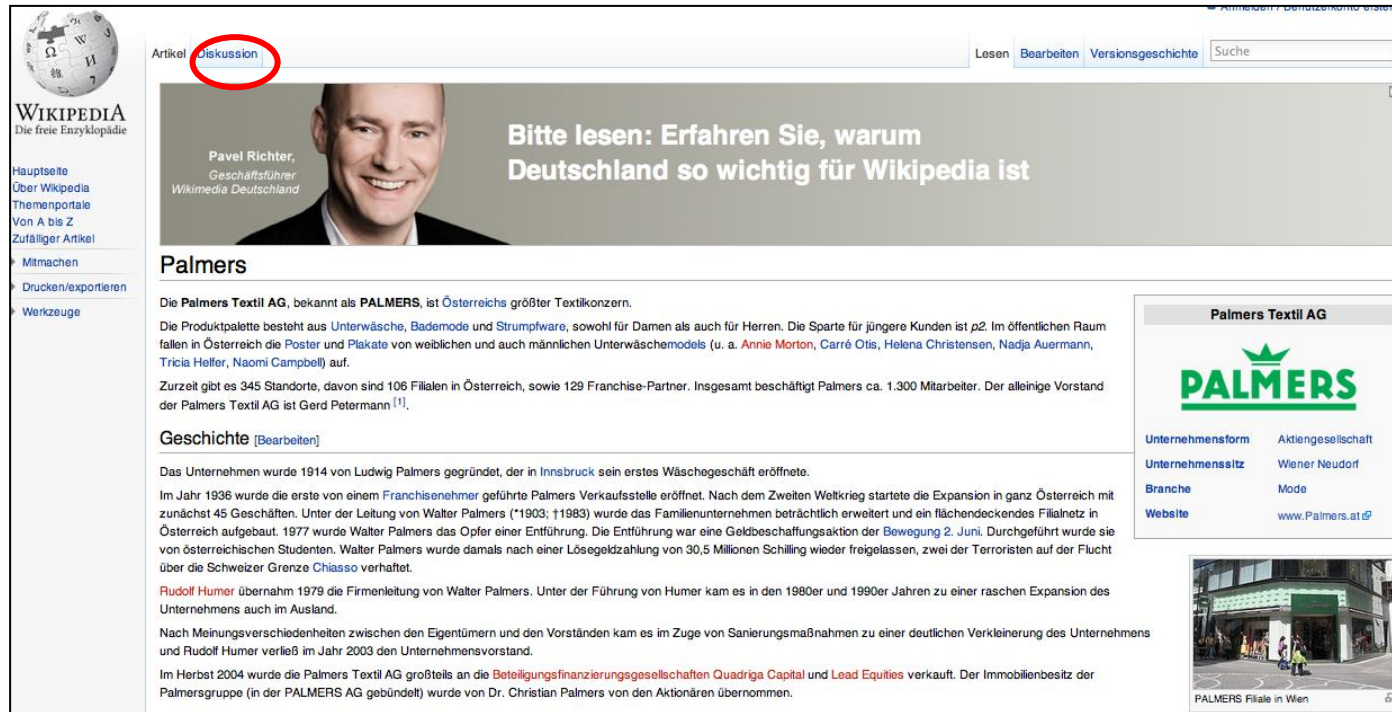
Relevante Auszüge aus Expertenforen werden hier dokumentiert.

### Einordnung:

Expertenforen spielen eine sehr wichtige Rolle, da sich dort User über direkte Erfahrungen mit Produkten austauschen und persönliche Probleme anmerken. In diesen Foren werden zudem Markenhersteller verglichen, was somit die Kaufentscheidung der Kunden direkt beeinflussen kann.

**Handlungsempfehlung:** Expertenforen gehören aus oben genannten Gründen auf jeden Fall zu einer dauerhaften Social Media Beobachtung.

# Wikipedia



The screenshot shows the Wikipedia article for 'Palmers'. The 'Diskussion' tab is highlighted with a red circle. The article features a banner for Pavel Richter, CEO of Wikimedia Deutschland, with the text 'Bitte lesen: Erfahren Sie, warum Deutschland so wichtig für Wikipedia ist'. The main text describes Palmers Textil AG as Austria's largest textile company, founded in 1914, and provides details about its products, expansion, and ownership changes. A sidebar on the right contains a 'Palmers Textil AG' logo and a list of company information: Unternehmensform (Aktiengesellschaft), Unternehmenssitz (Wiener Neudorf), Branche (Mode), and Website (www.Palmers.at). A small photo of a Palmers store in Vienna is also visible.

**Einordnung:** Der aus Social Media-Sicht relevantere Teil bei Wikipedia spielt sich nicht in den Artikeln ab, sondern in den dazu gehörigen Diskussionen (siehe Markierung). Hier debattieren einzelne Autoren – oft Meinungsmacher im Social Web – über Aktualisierungen eines Artikels. Die Dialoge sind oft viel kritischer und meinungsbehafteter als die eigentlichen Artikel – entsprechend sinnvoll kann hier eine Stellungnahme sein, etwa wenn Fachfragen diskutiert werden.

**Handlungsoptionen:** Dauerhaft beobachten – bei Fragen oder offenen Punkten in der Diskussion eventuell mitreden.

---

**In welchen Bereichen wir Sie  
unterstützen können**

# Social Media Steuerung in fünf Stufen

## 1. Initial Scan

- ✓ Blogs & Foren
- ✓ Facebook, Twitter, YouTube und Co.

## 2. Mediensample/Alerts

- ✓ Verortung themenspezifisch relevanter Seiten, Foren, Blogs & Social Networks
- ✓ Identifikation von Relevanzkriterien

## 5. Implementierung

- ✓ Schulung
- ✓ Konzeption eines firmeneigenen Social-Media-Whitebooks



## 4. Aktive Steuerung

- ✓ Echtzeit-Beobachtung relevanter Quellen
- ✓ Web-Applikation inkl. Tendenzbewertung
- ✓ Tagesaktuelle Reaktion
- ✓ Tagesaktuelle Pflege von eigenem Social Media Content
- ✓ Regelmäßiges Reporting/Alerts

## 3. Kommunikationsziele klären

- ✓ Steigerung der Bekanntheit
- ✓ Entwicklung von Marken-Botschaften
- ✓ Krisen-Kommunikation
- ✓ Einbezug aller Kanäle: Vertrieb, Marketing, Produktentwicklung, Human Resources

# Unsere Leistungen

## 1. Initial Scan

Die Kosten des Initial-Scans sind nach Kunden-Briefing detailliert abschätzbar  
Erhebung relevanter Quellen, Foren, Blogs und Communities, Analyse relevanter Themen, Protagonisten und Risiken inkl. konkreter Bewertung und Handlungsempfehlungen  
ab 980 Euro

## 2. Social Media Beobachtung

Laufende Beobachtung aller relevanten (Basis Initial Scan) Quellen, Foren, Blogs und Communities  
Alert-Funktion bei kritischen, bzw. vorab definierten Ereignissen  
Wöchentlicher bzw. monatlicher Bericht inkl. Handlungsempfehlungen (in Kooperation mit BCC) – Präsentationen und Workshops vor Ort auf Kundenwunsch  
ab 950 Euro pro Monat

## 3. Krisen-Beobachtung: in Kooperation mit BCC Buzz Content Consulting

Laufende Beobachtung aller relevanten Quellen, Foren, Blogs und Communities rund um die Uhr („24/7“)  
Aktive Einflussnahme auf Basis der Kommunikationsstrategie des Unternehmens  
Zwei Berichte täglich; Alerts laufend bei vorab definierten Ereignissen  
Auftakt-Workshop (bis zu sieben Teilnehmer, zwei MMO/BCC-Coaches), ab 1900 Euro pro Tag  
Ad-hoc-Beobachtung 96 Euro pro Stunde, mindestens 30 Minuten pro Gestaltungsaktivität  
Bereitschaftspauschale 195 Euro pro Monat

## 4. Social Media Beratung/Umsetzung – Marketing, Kommunikation : in Kooperation mit BCC Buzz Content Consulting

Lokalisieren von Chancen und Risiken für Marketing und Kommunikation in Abstimmung mit den Unternehmenszielen  
Aufbau diverser Marketing- und Kommunikationstools in Social Media  
Aktive Einflussnahme auf das Social-Media-Geschehen  
(im Rahmen höchster ethischer Grundsätze – festgehalten im „Code of Conduct“)  
Wöchentliche Berichte – Dokumentation der Ergebnisse  
Beratung 125 Euro pro Stunde  
Umsetzung ab 790 Euro pro Woche

# Kontakt

## MMO Media Market Observer

Ungargasse 37  
1030 Wien  
Österreich

**Facebook:** [MMO.Medienbeobachtung](#)

**Twitter:** [@presseclippings](#)

**Blog:** [pressebeobachtung.wordpress.com](#)

**Website:** [www.mmo.at](#)

## Ing. Mag. Marcus Mayer

**Geschäftsführung**

Büro: +43 1 877 86 85 413

Mobil: +43 (0)664 855 30 10

Mail: [marcus.mayer@mmo.at](mailto:marcus.mayer@mmo.at)

## Sam Schweiger

**Prokurist/ Leitung Media Monitoring**

Büro: +43 1 877 86 85 424

Mobil: +43 (0)664 855 30 35

Mail: [sam.schweiger@mmo.at](mailto:sam.schweiger@mmo.at)