

IR Ins Netz geschaut

Studie beleuchtet Webmonitoring in Unternehmen

Immer mehr Unternehmen nutzen die Methode des Webmonitoring. Das ist das zentrale Ergebnis der WebKnow-Studie der Fachhochschule Köln, die unter der Leitung von Matthias Fank mit Unterstützung der Unternehmen Interrogare und Infospeed durchgeführt wurde. An der Studie nahmen über 350 Unternehmen unterschiedlicher Größen und Bran-

chen teil. Primäres Ziel des Webmonitoring sei die Identifikation von Falschmeldungen. Über die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass das Thema in Zukunft noch wichtiger werden wird. Eine rückläufige Tendenz wird nur von zwei Prozent erwartet.

Weiterhin belegt die Studie, dass das Thema Webmonitoring in kleinen und

mittelständischen Unternehmen im Top-Management angesiedelt ist, in größeren Unternehmen erfolge die Bearbeitung des Themas in Fachabteilungen. Hier dominiert das Marketing (40 Prozent) gefolgt von der Unternehmenskommunikation (28 Prozent). In Unternehmen, die eine eigene Marktforschungsabteilung besitzen, ist Webmonitoring zum Teil auch dort angesiedelt (14 Prozent).

www.infospeed.de

www.interrogare.de

www.fh-koeln.de