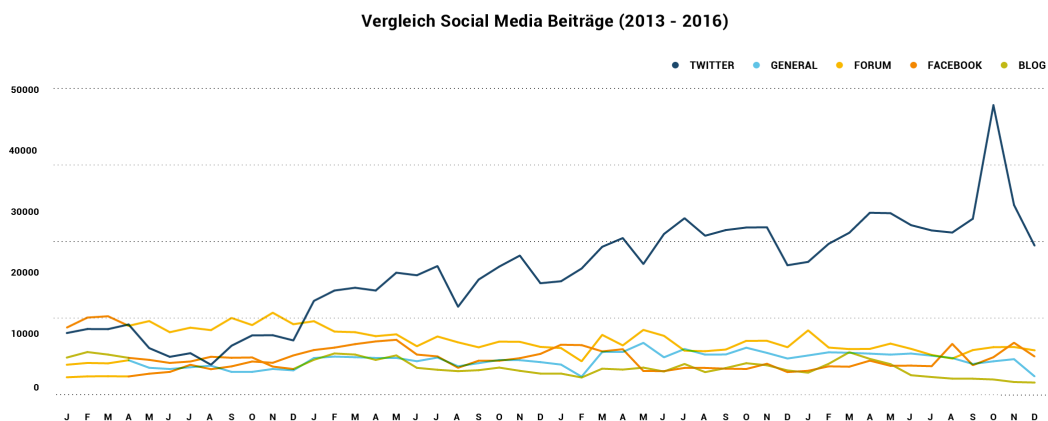


PRESSEMITTEILUNG

Brandwatch & Somtypes präsentieren den „B2B Social Media Report 2016“: Konzerne auf den Spitzenpositionen

- Im aktuellen Ranking verlieren Mittelständler den Anschluss zu den Bestplatzierten

Berlin, 23. Mai 2017 – Brandwatch präsentiert in Zusammenarbeit mit Volker Davids, Mitgründer und Geschäftsführer der Somtypes UG, ein Berliner Beratungsunternehmen für Social Media Monitoring, zum vierten Mal in Folge einen umfassenden Report zur Social-Media-Nutzung führender B2B-Unternehmen in Deutschland. In die Analyse wurden öffentliche Daten zur Nutzung von Social-Media-Kanälen wie Twitter, Facebook und Instagram sowie Newsseiten, Foren und Blogs einbezogen, die im Jahr 2016 über Brandwatch ermittelt wurden.



Zudem nehmen die Herausgeber des Reports Bezug auf die Entwicklung zum Vorjahreszeitraum und auf Fortschritte, die während der letzten vier Jahre in Social Media erzielt wurden. Der „B2B Social Media Report 2016“, der in einer ausführlichen Version zum [kostenlosen Download](#) zur Verfügung steht, beinhaltet neben dem Ranking auch eine B2B-Trendthemenanalyse, die von Somtypes entwickelt wurde. Die Trendthemenanalyse zeigt Themenlandkarten zu den vier Top-Themen Automatisierung, Maschinenbau, Zukunft der Arbeit und zum Brexit. Die Analyse konnte erstmals mit Hilfe eines Big-Data-KI-Algorithmus aus den von Brandwatch gesammelten rohen Textdaten generiert werden.

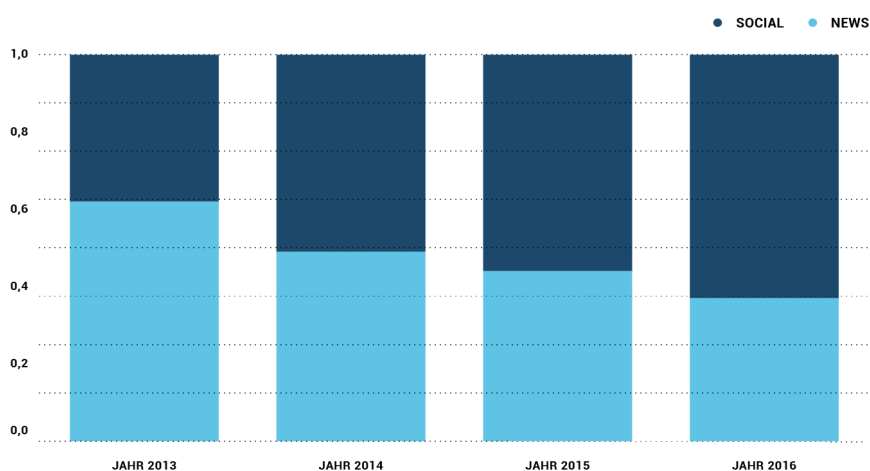
Die 5 Top-Firmen im B2B Social Media Ranking: Evonik, Kuka Robotics, Messe Stuttgart, Osram und BASF

Sowohl Evonik als auch Kuka Robotics schafften es auf Anhieb auf Spitzenpositionen im aktuellen Ranking, nachdem neue Twitter- oder Facebook-Kanäle hinzugefügt wurden. Der Twitter-Kanal von Evonik ist auf Platz 1 des Twitter-Rankings zu finden, die Facebook-Seite von Kuka Robotics auf Platz 3 in der Facebook-Wertung. Auch im Gesamt-Ranking sind diese beiden Unternehmen auf den Top-Positionen anzutreffen: Kuka Robotics arbeitete sich von Platz 58 auf Platz 2 im Gesamt-Ranking vor. Evonik schaffte den größten Sprung im Ranking: Von Platz 35 im Vorjahr auf Platz 1 im Jahr 2016. Die **besten Twitter-Kanäle** kommen von **Evonik**, **Deutsche Börse** und der **Schaeffler AG**. Die **besten Facebook-Seiten** werden von der **Hella AG**, **Festool** und **Kuka Robotics** betrieben. Große Sprünge im Gesamt-Ranking wurden auch für die Krones AG, beim Maschinenbauer PERI und der Messe Berlin beobachtet, wobei alle drei Unternehmen von den hinzugekommenen Twitter- und Facebook-Kanälen profitieren.

Die Entwicklung einzelner Branchen: Steuerungs- und Elektrotechnik führend

Im Report ist das Gesamt-Ranking von 212 deutschen B2B-Unternehmen aus 13 Branchen zu entnehmen. Zusätzlich wurden die 15 Bestplatzierten in einem Detail-Ranking aufgeschlüsselt. Um ein besseres Bild nach Branchen zu ermitteln, wurden die Unternehmen in die Branchen Agrarwirtschaft, Autozulieferer, Bau & Zubehör, Chemische Industrie, DAX-Konzerne, Dienstleister, IT & Technologie, Medizin- und Messtechnik, Produzierendes Gewerbe, Steuerungs- und Elektronik, Transport & Logistik sowie Werkzeugbau unterteilt. Im Jahr 2013 führten die DAX-Konzerne und IT & Technologie bei den Gesamttreffern. IT & Technologie verzeichnete im Jahr 2016 allerdings $\frac{1}{4}$ weniger Treffer als im Vorjahr und zusammen mit Transport & Logistik verbuchten sie deutliche Rückgänge. Die Steuerungs- & Elektrotechnikbranche konnte seine Treffer jedoch von 2013-2016 annähernd verdoppeln. Auf die Kanäle heruntergebrochen verzeichnete die Agrarwirtschaft den größten Rückgang bei den Generalseiten (-53%). Im Gegenzug legt der Werkzeugbau hinsichtlich der Bilder um 380% zu. Das Dienstleistungsgewerbe verzeichnet 150% mehr Blog-Treffer und die Chemische Industrie 70% mehr Facebook-Treffer.

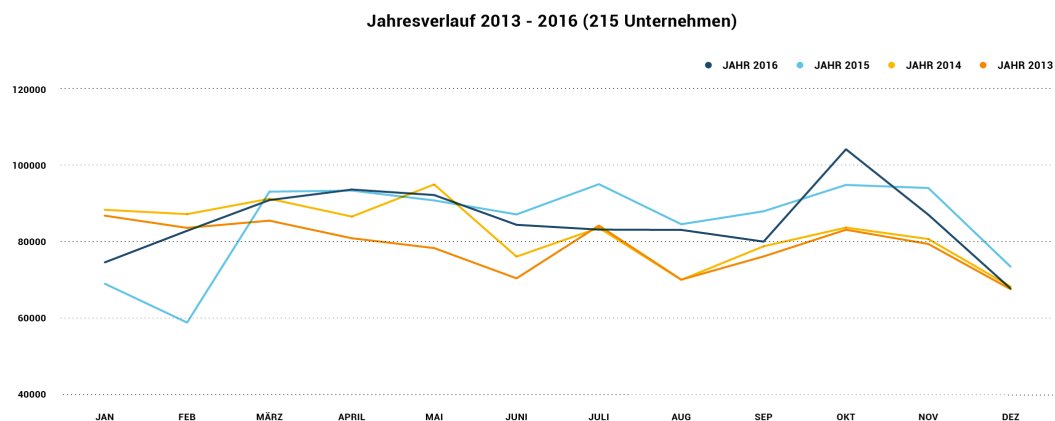
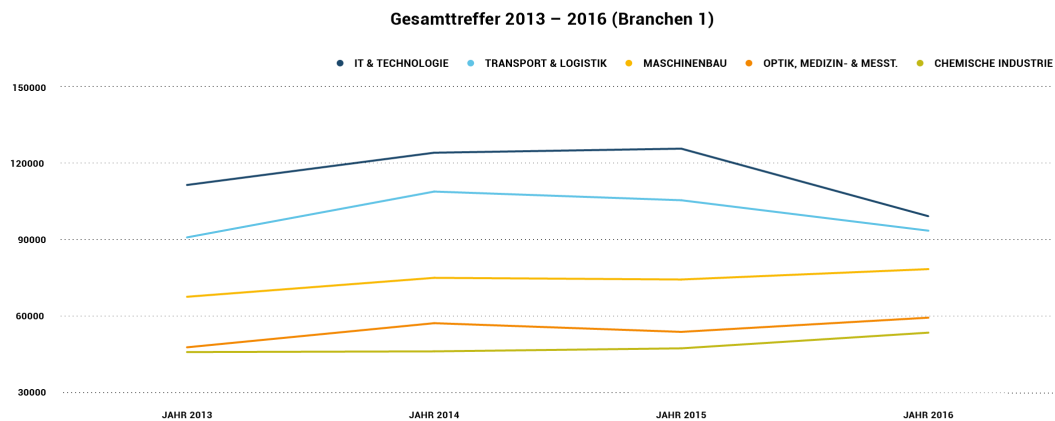
Anteil Chemische Industrie



Verteilung nach News- und Social-Media-Treffer

Standen im Jahr 2013 noch Nachrichten von Newsseiten für eine Mehrzahl der Treffer, so hat sich das Verhältnis in den letzten vier Jahren von 55:45 Prozent in Richtung 38:62 Prozent verschoben (Nachrichten-/Social-Media-Verhältnis). Besonders sichtbar ist die Verschiebung in der Chemiebranche und im Maschinenbau: Lag das Verhältnis im Jahr 2013 bei noch jeweils 62:38 zugunsten von Newsseiten, so konnte im Jahr 2016 ein deutlicher Anstieg der Social-Media-Treffer gezählt werden. Die Chemiebranche steigerte ihr Social-Media-Engagement auf 63 Prozent (Verhältnis 37:63), der Maschinenbau auf 55 Prozent (Verhältnis 45:55).

Lediglich bei DAX-Konzernen könnte sich eine Trendwende bei der Nutzung von Social-Media-Kanälen ankündigen: Im Jahr 2015 erzielten DAX-Konzerne noch ein Verhältnis von 29:71, im Jahr 2016 lag dieses nur noch bei 33:67 Prozent.



Erkenntnisse aus der B2B-Top-Themenanalyse

Rein zahlenbasierte Auswertungen zeigen nicht immer ein eindeutiges Gesamtbild, daher wurde erstmals eine Top-Themenanalyse von Somtypes mittels eines Big-Data-KI-Algorithmus durchgeführt. In der Analyse wurden hierfür aus den von Brandwatch gesammelten rohen Textdaten Strukturen herauskristallisiert und weiterverarbeitet. Neben Erkenntnissen zu den Themen selbst können sogar daten- und interessengetriebenen Personas generiert werden, die u.a. für die individuelle Zielgruppenansprache im Content Marketing genutzt werden. Für den B2B-Report wurden vier Top-Themen strukturiert und segmentiert:

- Robotik, Automatisierung und Künstliche Intelligenz
- Maschinenbau
- Digitalisierung und Zukunft der Arbeit
- BREXIT (englischsprachige Quellen-Auswertung)

Für das B2B-Trendthema „Zukunft der Arbeit“ wurden die Beiträge aus 50.000 Nachrichtenartikeln, 40.000 Tweets, 12.000 Blogbeiträgen, 11.000 Forenbeiträgen, 3.000 Facebookpostings sowie weiteren Quellen mittels KI (u.a. Unsupervised Machine Learning) nach Metastrukturen analysiert. Die Beiträge stammen aus dem Zeitraum vom 1.1.2016 bis 25.11.2016. Somtypes konnte anhand von Pattern Recognition (Mustererkennung) vier Kapitel mit jeweils acht Unterkapiteln erstellen, die Auskunft zu den wichtigsten Aspekten wie „Politik & Wirtschaft“, „Technologie“, „Unternehmen“ und „Arbeitnehmer“ geben. Exemplarisch für die Personas sind die primären Themeninteressen der Persona „Philipp der Techniker“ in einer Grafik aufgeführt. Die vollständige Themenanalyse kann kostenlos unter dem im Report genannten Link heruntergeladen werden.

Links zu ausgewählten Twitter- und Facebook-Accounts:

Twitter:

1. Evonik: <https://twitter.com/Evonik>
2. Deutsche Börse: <https://twitter.com/DeutscheBoerse>
3. Schaeffler AG: <https://twitter.com/SchaefflerDE>

Facebook:

1. Hella AG: <https://www.facebook.com/hella.deutschland>
2. Festool: <https://www.facebook.com/festoolDE/>
3. Kuka Robotics: <https://www.facebook.com/KUKA.Robotics>

Hintergrundinformationen zum B2B-Ranking:

Das B2B Social Media Ranking wird von Brandwatch gemeinsam mit Volker Davids seit dem Jahr 2013 veröffentlicht. Seit diesem Jahr wird der Report erstmals mit dem von Volker Davids im Jahr 2016 gegründeten Beratungsunternehmen zu Social Media Monitoring, Somtypes, herausgegeben. Für das Ranking wurden von Volker Davids und Brandwatch Unternehmen aus Deutschland beachtet, die aus drei öffentlich zugänglichen Rankings ermittelt wurden. Zudem wurden im Jahr

2014 die DAX-B2B-Unternehmen hinzugefügt. Weitere Berücksichtigung fanden Unternehmen, die sich für das Ranking beworben haben. Für den „B2B Social Media Report 2016“ wurden insgesamt 212 Unternehmen aus dem B2B-Bereich beachtet.

Über Somtypes

Die Somtypes UG wurde 2016 von Stefan Pforte und Volker Davids gegründet, um mittels Big-Data und Social-Media-Monitoring digitale Kommunikationen zielgruppenorientiert auswerten zu können. Neben ausführlichen Themenanalysen bietet Somtypes die Möglichkeit, daten- und interessengetrieben Personas zu erstellen, um zielgerichtete Ansprachestrategien für Marketing- & Kommunikation zu entwickeln. Die Analysen können auch in Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch, Russisch und vierzig weiteren Sprachen erfolgen. www.somtypes.de – kontakt@somtypes.de – 030-364676-74

Über Brandwatch

Brandwatch ist ein weltweit führendes Social Intelligence-Unternehmen. Die Produkte Brandwatch Analytics und Vizia unterstützen kluge Geschäftsentscheidungen auf der ganzen Welt. Die Brandwatch Analytics-Plattform erfasst täglich Millionen öffentlich zugängliche Online-Gespräche und stattet Nutzer mit Tools zur Datenanalyse aus. So ermöglicht Brandwatch es Marken und Agenturen, klügere und datenbasierte Entscheidungen zu treffen. Vizia verteilt visuell ansprechende Insights an alle Orte, an denen sie benötigt werden.

Die Brandwatch-Plattform wird von mehr als 1.200 Marken und Agenturen genutzt, darunter Unilever, Whirlpool, British Airways, Asos, Walmart und Dell. Brandwatch setzt seinen beeindruckenden Erfolgskurs weiter fort und wurde kürzlich von unabhängigen Marktforschungsinstituten als eine der global führenden Social Listening-Plattformen genannt. Um die weltweite Präsenz von Brandwatch zu steigern, unterhält das Unternehmen Niederlassungen auf der ganzen Welt einschließlich Brighton, New York, San Francisco, Berlin, Stuttgart, Paris und Singapur.

Brandwatch. Now you know.

Twitter: [@BrandwatchDE](https://twitter.com/BrandwatchDE) | Blog: [Brandwatch Blog](http://BrandwatchBlog) | Demo anfordern: brandwatch.de/demo

Pressekontakt

Talisman Kommunikation und Imagebildung, Heike Bedrich

Schleißheimer Straße 6, 80333 München

Tel.: 0049 89 5529 139-11

Mobil: 0049 (0)171 5432169

Mail: brandwatch@talisman-pr.de oder hb@talisman-pr.de

Web: www.talisman-pr.de

Brandwatch GmbH

Michaela Vogl, Marketing Manager DACH

Schönhauser Allee 112

D-10439 Berlin

Mail: michaela@brandwatch.de

Tel.: 0049 (0) 30 609 895 353

Web: <http://www.brandwatch.de>

Blog: <http://www.brandwatch.de/blog> Twitter: [@BrandwatchDE](https://twitter.com/BrandwatchDE)