



PRESSEMELDUNG

Foren: Die bisher kaum beachteten Stars in der Social Media-Landschaft:

BRANDWATCH INVESTIERT IN KOOPERATION MIT FOREN- UND COMMUNITY-BETREIBER UND STELLT DIE ERSTEN MASSNAHMEN MIT GUTEFRAGE.NET VOR

BERLIN, 12. November 2015 - Brandwatch, einer der weltweit führenden Anbieter für Enterprise Social Media Intelligence, ist seit dem 14. September 2015 ein offizieller Monitoring-Partner des Webportals gutefrage.net aus München. Ein Ziel der Kooperation ist es, durch ein fortlaufendes Monitoring-Konzept mehr Transparenz und Relevanz im Umfeld des Nutzeraustauschs auf Foren zu schaffen. Nun stellt Brandwatch die ersten Maßnahmen vor, die durch die Zusammenarbeit möglich wurden und der werbetreibenden Wirtschaft umfangreiche Insights und Unterstützung liefern.

- **Mehr Insights:** Durch die Kooperation mit Deutschlands größter Ratgeber-Community gutefrage.net, die aktuell auf Platz 3 des Reichweiten-Rankings der AGOF liegt, verfügt Brandwatch über deutlich mehr Daten via API-Schnittstelle als viele andere Anbieter. Da neben den allgemein bekannten sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook besonders Foren und Ratgeber-Communities für deutsche Konsumenten ein wichtiger Gesprächskanal sind, ist es Brandwatch ein großes Anliegen, hier die Qualität der Beiträge zu erhöhen. Zwei Drittel aller Gespräche über den wahrgenommenen Kundenservice werden zum Beispiel über Twitter und Foren geführt. Zudem sind Foren und Ratgeber-Communities für Branchen wie Elektronik und Automobil die zentralen Plattformen für Gespräche über den Kundenservice, so ein Fazit des Social Media Servicemonitor von Brandwatch und von dem Marktforschungsunternehmen whiteboxx*. Laut gutefrage.net drehen sich heute über 40 Prozent aller Fragen auf dem Portal um Marken und Produkte. Mit insgesamt 14,5 Mio. Fragen und 56 Mio. Antworten bietet gutefrage.net ein sehr umfangreiches Angebot und wird von vielen Ratsuchenden als Entscheidungshilfe genutzt, da der Erfahrungsschatz der Nutzer eine hohe Relevanz hat. Damit wird Markenkommunikation nicht mehr nur von Unternehmen betrieben, sondern immer häufiger von Kunden und Nutzern im Web.

- **Mehr Aufklärung:** gutefrage.net und Brandwatch starten Ende November eine Großoffensive in punkto Aufklärung. In Planung sind Webinare, Events und das Erstellen begleitender Artikel, etwa über Fakten für Social CRM & Communities. In dem Whitepaper „Raus aus der Filterblase“ werden folgende Fragen behandelt: Was bringt Social Media außerhalb der eigenen Filterblase? Wer wird dort angesprochen? Welche Art von Aufmerksamkeit wird erregt? Und was ist hierbei der ROI? Untersucht werden die

Gespräche zu Telekommunikationsunternehmen auf gutefrage.net. Darüber hinaus wird als Best Practice die Earned Media-Strategie von *Telekom hilft* auf gutefrage.net vorgestellt, die damit hervorragende Ergebnisse erzielen.

Die Insights des Whitepapers werden in einem gemeinsamen Webinar von gutefrage.net und Brandwatch am 27. November 2015 um 12:30 Uhr vorgestellt. Kostenfreie Anmeldung und Details unter <https://attendee.gotowebinar.com/register/682074711918357505>. Im Anschluss steht das Whitepaper allen kostenlos zum Download zur Verfügung.

„Foren genießen in Deutschland eine besondere Stellung und sie werden in ihrer Bedeutung oft unterschätzt. Um die Aufmerksamkeit für Foren im Social Media Listening zu erhöhen, investieren wir umfassend in diese Kooperation“, bestätigt Susanne Ullrich, Head of Marketing DACH, Brandwatch.

„Auch auf gutefrage.net nimmt Social Media Listening einen großen Stellenwert ein, um die Gespräche der Community nach bestimmten Keywords zu durchsuchen und laufend zu beobachten. Mit Brandwatch als starken Kooperationspartner können wir Zielgruppen exakt analysieren, um mit ihnen in den direkten Austausch zu gehen – und zwar genau dort, wo die Nutzer miteinander kommunizieren und wo Entscheidungen getroffen werden“, erklärt Matthias Moll, Director Marketing bei gutefrage.net.

*Link zum Servicemonitor Download:

<https://www.brandwatch.com/de/social-media-servicemonitor-2014/>

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, die im Social Media Frühjahrsreport 2015 von G2Crowd in der Kategorie Kundenzufriedenheit auf Platz 1 liegt, wird von mehr als 1.200 Marken und Agenturen genutzt, darunter Cisco, Whole Foods, Whirlpool, British Airways, Sony Music und Dell. Brandwatch setzt seinen beeindruckenden Erfolgskurs mit über 50 Prozent Umsatzgenerierung in Nordamerika und starker Rückendeckung von Risikokapitalgesellschaften der Technologiebranche, darunter Partech Ventures, Highland Capital Partners Europe, Nauta Capital, Gorkana sowie unabhängigen Investoren, weiter fort.

Twitter: @BrandwatchDE | Blog: Brandwatch Blog | Gratis testen: brandwatch.de/demo

Über gutefrage.net:

Die Ratgeber-Community gutefrage.net ist ein Angebot der gutefrage gruppe, einer hundertprozentigen Tochter der Holtzbrinck Digital GmbH. Mit 20,8 Millionen Unique Users (AGOF digital facts 2015-07) behauptet sich das Portal als Deutschlands größte Ratgeber-Community. Die

enorme Aktualität und der praxisnahe Charakter von gutefrage.net sind durch die äußerst aktiven und engagierten User gekennzeichnet. Ratsuchende vertrauen auf die unmittelbaren und vor allem persönlich bewährten Hilfestellungen der Community bei Fragen zu fast allen Themen des Alltags. Werbetreibende erreichen gutefrage.net über den Vermarkter InteractiveMedia. Zum weiteren Portfolio der gutefrage gruppe zählen u.a. die Ratgeberportale HELPSTER, COSMiQ und pointoo. Detailliertere Informationen unter: <http://www.gutefrage-gruppe.net>

PRESSEKONTAKT

Talisman Kommunikation und Imagebildung

Heike Bedrich, Schleißheimer Straße 6, 80333 München
Telefon: 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

Susanne Ullrich
Schönhauser Allee 112
D-10439 Berlin
Mail: [susanne.ullrich\(at\)brandwatch.com](mailto:susanne.ullrich(at)brandwatch.com)
Tel.: 0049 (0) 30 568 370 040
Web: <http://www.brandwatch.de>
Blog: <http://www.brandwatch.de/blog> Twitter: [@BrandwatchDE](https://twitter.com/BrandwatchDE)