

Presseinformation

Energiedienstleister setzen Blogs unter Strom

- **Web 2.0: Blogs berichten häufig und positiv über Energiedienstleister**

*Web 2.0:
Energiedienstleister
am häufigsten in
Blogs diskutiert*

Hamburg, den 29. Oktober 2013 – Blogs sind im Social Web die wichtigste Plattform für Energiedienstleister. 31,7 Prozent aller Erwähnungen von 25 Energiedienstleistern entfallen auf die Internet-Tagebücher. Auf keinem anderen Web-2.0-Kanal werden Unternehmen der Energiebranche häufiger diskutiert. Das zeigen Auswertungen zur Social-Media-Benchmarkstudie „Die besten 25 Energiedienstleister im Web“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor.

*Beste Stimmung in
Blogs*

Energiedienstleister sind in Blogs nicht nur besonders häufig ein Thema – hier machen sie auch den besten Eindruck. Im Schnitt werden die Energie-Unternehmen in Weblogs vier Mal häufiger positiv als negativ erwähnt.

*Facebook
polarisiert*

Facebook spielt für Energiedienstleister hingegen kaum eine Rolle. Nur 5,1 Prozent aller Nennungen entfielen auf das Freunde-Netzwerk. Energieunternehmen werden hier am wenigsten diskutiert – doch wenn, dann stark polarisierend: Sowohl der Anteil der positiven als auch der negativen Erwähnungen liegt hier höher als auf allen anderen Kanälen. Gegeneinander aufgewogen kommen so auf eine schlechte Nennung nur 2,3 gute.

*Schlechte
Stimmung in Foren*

In Online-Foren ist das Verhältnis positiver zu negativer Nennungen mit 1,9 zu 1 noch schlechter. Gleichzeitig werden Energiedienstleister hier mit 22,2 Prozent aller Nennungen mehr als vier Mal so häufig diskutiert wie auf Facebook. „Entscheidender Teil einer erfolgreichen Social-Media-Strategie für Energiedienstleister sollte deshalb sein, sich aktiv in Online-Foren zu engagieren, um den Dialog mit den Kritikern zu suchen und positive Akzente zu setzen“, empfiehlt Roland Heintze von Faktenkontor.

*News & Twitter im
Mittelfeld*

Auf Online-News entfallen 29,7 Prozent aller Nennungen mit einem Verhältnis von 3,4 positiven auf eine negative Erwähnung. Twitter-Tweets machen 11,3 Prozent der Nennungen aus. Auf ein negatives Zwitschern kommen im Schnitt 2,7 positive.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Studiengrundlage:
Semantische
Analyse von
Sozialen Medien
und Online-News*

Die Social Media Benchmarkstudie „**Die besten 25 Energiedienstleister im Web**“ (Faktenkontor, Juni 2013) wertet die Kommunikation über 25 Energiedienstleister im deutschsprachigen Internet aus. Betrachtet wurden namhafte Stromanbieter und deren Marken sowie das Stromvergleichsportale Verivox. Zehntausende Online-Nachrichten und über eine Million Social-Media-Quellen inklusive Twitter, Facebook, Foren und Blogs wurden semantisch analysiert und nach den vier Schlüsselwerten Aufmerksamkeit, Ansehen, Akzeptanz und Präferenz bewertet. Analysiert wurde der Zeitraum vom 1. September 2012 bis 31. März 2013. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus den Bereichen Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratung und Technologie darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.