

Pressemeldung

Borussia Dortmund ist Tabellenführer im Social Web

- Goldmedia misst den Buzz der Fußball Bundesliga-Vereine im sozialen Internet
- Ein Unentschieden führt im Social Web zu deutlich mehr negativen Kommentaren als ein verlorenes Spiel
- FC Bayern lässt Konkurrenz im Facebook-Ranking weit hinter sich

München/Berlin, 20. Februar 2013. Über den amtierenden Deutschen Meister Borussia Dortmund wird derzeit im Social Web am meisten diskutiert. Auf Platz zwei des Social Buzz-Rankings der 18 Vereine der Deutschen Fußball Bundesliga liegt der Tabellen-Neunte FC Schalke 04 vor dem aktuellen Tabellenführer FC Bayern München. Mit mehr als sechs Mio. Fans sind die Bayern unangefochten Spitzenreiter bei Facebook.

Dies sind Ergebnisse des aktuellen Social Sports Monitors von Goldmedia (<http://www.goldmedia.com>) und einer Auswertung über den 22. Spieltag der Fußball Bundesliga. Der Social Sports Monitor erfasst den Buzz, d.h. die Nennungen der 18 Fußballvereine der deutschen Bundesliga im sozialen Internet im In- und Ausland, darunter Social Networks (z.B. Facebook), Microblogs (z.B. Twitter), Blogs, Kommentare sowie Internet-Foren. Die Auswertungen erscheinen ab sofort regelmäßig auf <http://www.goldmedia.com/social-sports-monitor>.

Für die Analyse des 22. Spieltages der Fußball Bundesliga wurde das Medienbeobachtungs-Tool UMT Delta des Berliner Unternehmens uberMetrics Technologies eingesetzt. Im Untersuchungszeitraum wurden für Borussia Dortmund 54.936 Erwähnungen im sozialen Internet gezählt. Der FC Schalke 04 erzielte einen Buzz von 20.973 und der FC Bayern München wurde 20.588 Mal genannt. Die Vereine der hinteren Tabellenplätze liegen auch im Social Buzz-Ranking zurück. So erzeugte bspw. der Tabellenletzte SpVgg Greuther Fürth den geringsten Social Buzz sowohl in Deutschland als auch international.

Über Borussia Dortmund wird besonders viel im Ausland diskutiert

Die Analyse des Buzz im deutsch-internationalen Vergleich zeigt, dass Borussia Dortmund vor allem im Ausland eine besonders hohe Aufmerksamkeit erzeugt. Ähnlich wie bei FC Schalke 04 (65%) kommen rund zwei Drittel der Nennungen (66%) der Dortmunder aus dem Ausland. Dagegen stammt beim FC Bayern München nur rund ein Drittel (32%) des Social Buzz nicht aus Deutschland. In absoluten Zahlen bleibt der BVB dennoch auch in Deutschland Tabellenführer im Social Web mit 18.507 Erwähnungen, gefolgt vom FC Bayern München mit 14.009 und dem Hamburger SV mit 10.148 Vereins-Nennungen.

Auch wenn die Analysen zeigen, dass Tabellenplatz und Position im Social Buzz-Ranking korrelieren, sind bei einigen deutliche Abweichungen zu beobachten, z.B.

Schalke 04 (Platz 2 Social Sports Monitor, Platz 9 Bundesliga-Tabelle), VfL Wolfsburg (Platz 8/Platz 15) und SC Freiburg (Platz 14/Platz 5).

Ein Unentschieden führt zu negativen Äußerungen im Social Web

Eine Sentimentanalyse des Buzz nach positiven, neutralen oder negativen Kommentaren zeigt einen Zusammenhang zwischen Spielausgang und Tonalität der Kommentare: Den größten Anteil aller negativen Kommentare erhielten die Mannschaften, die unentschieden spielten (9,8 Prozent negative Kommentare pro Mannschaft). Die Verlierer hingegen wurden nur mit einem Anteil von 4,6 Prozent der negativen Kommentare pro Verein bedacht, während die Siegervereine 4,1 Prozent der negativen Kommentare bekamen.

Den größten Anteil an positiven Kommentaren, sowohl national wie auch international, verzeichnete Fortuna Düsseldorf (1:0 gegen Greuther Fürth). Der Verein erhielt zu 46 Prozent positive Resonanz im Social Web, gefolgt vom ebenfalls siegreichen FC Bayern München mit 45 Prozent. Positiv wurde auch über den Hamburger SV (43%) sowie über den VfB Stuttgart (42%) gesprochen, die ebenfalls beide gewannen. Aber auch bei einem verlorenen Spiel kann ein Verein ein positives Echo im Social Web finden. Über den VfL Wolfsburg äußerten sich 42 Prozent positiv, trotz seiner 0:2-Niederlage gegen den FC Bayern München.

Sieger-Mannschaften regen Aktivität bei Facebook an

Auch wenn der FC Bayern München beim Social Buzz-Ranking nur auf Platz drei liegt, so führt der aktuelle Tabellen-Erste das Facebook-Ranking mit deutlichem Abstand an. Der Verein besitzt derzeit mehr als sechs Mio. Facebook-Fans. Der Zweitplatzierte Borussia Dortmund hat knapp zwei Mio. Fans und liegt damit vor dem FC Schalke 04 mit rund 650.000.

Wie die Auswertung zeigt, sorgen Sieger-Mannschaften für regen Gesprächsstoff unter den Facebook-Usern, wohingegen man negative Informationen eher für sich behält. 74 Prozent der Kommentare bei Facebook beziehen sich auf die Gewinner. Lediglich 11 Prozent fallen auf Teams, die unentschieden spielten, nur 15 Prozent der Nutzer redeten über die Fußballvereine, die am 22. Spieltag eine Niederlage erlitten.

Zitat Dr. Marcus Hochhaus, Studienleiter und Geschäftsführer der Goldmedia Sports Unit am Standort München:

„Mit der erstmaligen Erfassung der Aktivitäten im Social Web in Bezug auf einen Fußball Bundesliga Spieltag können wir endlich mehr über die Wahrnehmung der Vereine bei deren Fans und die Nutzung der sozialen Kanäle erfahren. Die Aktivität im Netz sagt darüber mehr aus, als die Userzahlen bei Facebook oder Twitter alleine. Wir werden am Ende der Saison die künftig für jeden Spieltag generierten Daten umfassend auswerten und sind auf die Befunde sehr gespannt.“

Quelle: Social Sports Monitor, Auswertung 22. Spieltag der Deutschen Fußball Bundesliga

Der Social Sports Monitor erfasst den Buzz über die 18 Vereine der Deutschen Fußball Bundesliga im sozialen Internet, darunter Social Networks (z.B. Facebook), Microblogs (z.B. Twitter), Blogs, Kommentare, Internet-Foren, News, Web, Bilder und Video. Mit dem Social Sports Monitor analysiert Goldmedia seit dem 22. Spieltag (Februar 2013) den Buzz (d.h. die Erwähnung) der 18 Erstliga-Vereine im sowohl deutschen als auch internationalen Social Web. Die Nennung umfasst ebenfalls die Verwendung von Abkürzungen und sonstigen Bezeichnungen der jeweiligen Fußballvereine. Alle Daten zur Erwähnung der jeweiligen Vereine im Social Web wurden über das Analyse-Tool UMT Delta von uberMetrics Technologies ermittelt. Die Auswertung der Spieltage erscheint ab sofort regelmäßig auf www.goldmedia.com/social-sports-monitor.

Pressekontakt

Dr. Katrin Penzel, Tel: +4930-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de, www.Goldmedia.com

Goldmedia Consulting GmbH

Die Goldmedia Consulting GmbH wurde im Oktober 2012 als Teil der Goldmedia Gruppe gegründet. Das Unternehmen ist auf Strategieberatung, insbesondere im Bereich Film, TV, digitale Medien sowie auf den Bereich Sport-Business spezialisiert. Die neue Goldmedia Gesellschaft bündelt gleichzeitig die umfangreiche Beratungskompetenz der Goldmedia Gruppe am Standort München. Die Goldmedia Gruppe berät seit 1998 nationale und internationale Kunden in den Bereichen Medien, Telekommunikation und Entertainment. Weitere Informationen: www.goldmedia.com

Goldmedia Custom Research GmbH

Die Goldmedia Custom Research GmbH wurde innerhalb der Goldmedia Gruppe im Januar 2007 gegründet. Die Gesellschaft ist auf den Bereich Nutzer- und Usability-Forschung sowie auf Markt- und Meinungsforschung spezialisiert. Die Goldmedia Custom Research GmbH bietet alle Formen und Instrumente der klassischen Marktforschung, von CATI, CAPI, Auditoriumstest oder Fokusgruppe über Conjoint-Analyse bis zur Pricing-Studie. Zudem ist das Unternehmen auf biometrische Medienforschung spezialisiert und hat eigene Instrumente im Bereich Usability-Forschung (Pupillometrie, Eyetracking) entwickelt und international patentiert. www.goldmedia.com/research.html

uberMetrics

uberMetrics Technologies (UMT) entwickelt Media-Monitoring-Lösungen, die es PR-Mitarbeitern ermöglichen, relevante Themen im Social Web, TV, Radio und Print kontinuierlich zu verfolgen. Die Monitoring-Lösungen finden im Marketing, Customer Support und in der Marktforschung sinnvolle Einsatzmöglichkeiten. Dafür analysiert UMT in Echtzeit Texte aus über 100 Millionen Quellen in 48 Sprachen. Dabei kommen modernste Verfahren wie Textmining und Natural Language Processing zum Einsatz. Die im Frühjahr 2011 gegründete uberMetrics Technologies GmbH ist ein vom High-Tech Gründerfonds finanziertes Spin-Off der Humboldt Universität zu Berlin. Aktuell beschäftigt das Unternehmen mit Firmensitz in Berlin dreizehn Mitarbeiter.

Tabelle: Social Sports Monitor: Tabellenführer im Social Web am 22. Spieltag (Februar 2013)

Social Sports Monitor: Tabellenführer im Social Web					
Aufschlag der 18 Vereine der Fußball Bundesliga im sozialen Internet am 22. Spieltag (2013)					
Platz	Verein	Social Buzz*	Platz	Verein	Social Buzz*
1	Borussia Dortmund	54936	10	Borussia M'gladbach	5587
2	FC Schalke 04	20973	11	Fortuna Düsseldorf	4818
3	FC Bayern München	20588	12	1. FSV Mainz 05	4535
4	Hamburger SV	15164	13	Hannover 96	4535
5	Eintracht Frankfurt	10194	14	Sport-Club Freiburg	4472
6	Bayer 04 Leverkusen	9234	15	FC Augsburg	3477
7	SV Werder Bremen	8133	16	1899 Hoffenheim	2635
8	VfL Wolfsburg	6457	17	1. FC Nürnberg	2540
9	VfB Stuttgart	5745	18	SpVggGreuther Fürth	1501

*Social Buzz: Erwähnung in Blogs, News, Social Networks, Microblogs, Web, Board, Pictures, Video, Comments / international, 22. Spieltag 2013 (15.02.2013 – 17.02.2013)

Quelle: Goldmedia, Social Sports Monitor, 02/2013, Auswertung mit socialMeme von uberMetrics Technologies ©GOLDMEDIA 2013

Bildquelle: © Vitaly Krivosheev - Fotolia.com