



Weltmeisterverdächtige Medienresonanzanalyse

Internetportal dokumentiert die Medienresonanz unserer Nationalmannschaft. Medienwm.de bietet zeitnahe Analyse und grafische Auswertung redaktioneller online-Beiträge.

Passau, 6. Juni 2006. „Es wird Zeit, das jemand dem Medienspektakel um die WM Rechnung trägt“, erklärt Andreas Keilhauer, Mitbegründer der medienWM.de. Pünktlich zum Start der Fußballweltmeisterschaft können sich Fans auf dem Internetportal informieren, wie oft und in welcher Form über ihre Mannschaft berichtet wird. Redaktionelle Beiträge repräsentativer online-Quellen werden kontinuierlich überwacht, um die Medienpräsenz einzelner Spieler, aber auch ganzer Mannschaften zu bewerten. So können Nutzer des Angebotes nicht nur grafisch aufbereitete Statistiken über die jeweiligen Gruppengegner abrufen, sondern auch ausgewählte Artikel direkt am Bildschirm lesen. „Gewinner der Medien-WM wird das Team, das die meisten Schlagzeilen generiert, unabhängig von der sportlichen Leistung“, erläutert Timo Horeis, datamining-Spezialist. „Ein Skandal um den Torwart Costa Ricas provoziert unter Umständen mehr Berichte als ein triumphaler Vorrundensieg Frankreichs.“

Das Team der medienWM vereinigt Medienexperten und IT-Spezialisten zugleich. „Traditionelle clipping services bringen oft Altlasten mit“, weiß Christian Würzebesser, der an der Entwicklung des Systems maßgeblich beteiligt war. Er kritisiert die Schwerfälligkeit, mit der gerade Beobachter der Printmedien an die Auswertung von Internetchrichten herangehen. Die Software der medienWM trägt den Besonderheiten der online-Berichterstattung Rechnung und lässt sich auch für andere Fragen der Resonanzanalyse verwenden. Besonders Bereiche wie Personal oder Krisen-PR, in denen eine schnelle Auswertung der Quellen entscheidend ist, profitieren von dem neu entwickelten Analyse-Tool. Denkbar ist auch die Übertragung der Untersuchungsmethoden auf die Wirksamkeitskontrolle eines Product Placements oder ähnlicher Werbemaßnahmen.

Das Medienmonitoring kann über deutschsprachige Titel hinaus problemlos erweitert werden. „Wir können sehr viel realisieren“, so Würzebesser. „Das Feedback auf unsere Aktion möchten wir nutzen, um ein perfektes System zu liefern.“ Geplant ist die Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen für Referenzkunden, die bislang vergeblich nach einem effizienten und kostengünstigen Programm zur Beobachtung von Online-Meldungen suchen. Über die Frage nach dem Medien-Weltmeister sind sich übrigens alle Gründungsmitglieder der medienWM einig: „Deutschland natürlich. Selbst das vorzeitige Ausscheiden eines Teams kann sich ja positiv auf die Medienpräsenz auswirken“, spekuliert Keilhauer. Am Schönsten wäre aber ein Sieg in doppelter Hinsicht. Und so hofft nicht nur die Mannschaft der medienWM auf eine spannende Fußballmeisterschaft.

Das Internetportal medienWM.de wurde von Timo Horeis, Andreas Keilhauer und Christian Würzebesser ins Leben gerufen. Die online-Berichterstattung zur Fußball-WM wird durch eigens zu diesem Zweck entwickelte Verfahren laufend überwacht und analysiert. Grafisch aufbereitete, statistische Analysen und ausgewählte Artikel zu den teilnehmenden Spielern und Mannschaften dokumentieren das öffentliche Interesse an der Fußball-WM.

Annika Wingbermhühle

PR und Öffentlichkeitsarbeit

0162 7570118

wingbermuehle@medienWM.de