

# Vorwort

Der vorliegende Tagungsband dokumentiert die zehnte gemeinsame wissenschaftliche Tagung des ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI) und des Statistischen Bundesamtes.

Die Veranstaltung fand am 27. und 28. Juni 2013 im Gerhard-Fürst-Saal des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden statt.

Soziale Medien sind mittlerweile fester Bestandteil der Online-Welt und unter dem Sammelbegriff Soziale Medien werden eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Web-Angebote verstanden, zu denen vor allem die sozialen Netzwerke wie Facebook, Wikipedia, YouTube und Twitter gehören.

Der Blickwinkel der Tagung war auf die Sozialen Medien als Gegenstand und Instrument der Markt- und Sozialforschung gerichtet. Nach den Einführungen in das Thema aus Sicht der Marktforschung und der akademischen sozialwissenschaftlichen Forschung wurden die Themen der wissenschaftlichen Aspekte der Daten- sowie Stichprobenqualität und der Verknüpfung von Daten aus Sozialen Medien mit klassischen Erhebungsmethoden behandelt. Ferner wurde anschaulich dargestellt, welche Informationen in den Sozialen Medien gespeichert und vor allem hinterlassen werden. Der Vortrag zur Visualisierung großer Datenmengen wies auf das Problem rasant steigender Datenmengen hin, die mit herkömmlichen Tabellenanalysen immer weniger adäquat dargestellt werden können. Im Vortrag zu Methoden des Social-Media-Monitorings wurde die Frage nach dem Verhältnis von klassischen Nachrichtenkanälen und Social Media gestellt und ein Vergleich zwischen der klassischen und der neuen Social-Media-Forschung gezogen. Wie die Nutzer in die Produktgestaltung einbezogen werden können, davon handelte der Beitrag zum Thema „Soziale Medien als Mittel der Produktgestaltung“.

Der letzte Beitrag beleuchtete ausführlich die rechtlichen Aspekte rund um den Schutz der Nutzer und ihrer Privatsphäre. Der individuelle Datenschutz steht dabei oft im Konflikt zu den Geschäftsmodellen der Daten-Anbieter.

Der Dank der Herausgeber gilt dem Moderator – Herrn Hartmut Scheffler, Vorsitzender des ADM – und allen Referentinnen und Referenten für ihre Beiträge sowie Frau Bettina Zacharias für ihre engagierte Hilfe bei der Erstellung des Bandes und darüber hinaus allen, die durch ihre organisatorische und technische Unterstützung die Tagung ermöglicht haben. Wir hoffen, dass dieser Band wie seine Vorgänger auf ein positives Echo stoßen wird und wünschen eine anregende Lektüre.

Christian König

Matthias Stahl

Erich Wiegand



<http://www.springer.com/978-3-658-05326-0>

Soziale Medien

Gegenstand und Instrument der Forschung

König, C.; Stahl, M.; Wiegand, E. (Hrsg.)

2014, XII, 228 S. 48 Abb., 5 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-05326-0