

Press release

Ruhr-Universität Bochum

Dr. Josef König

08/09/2005

<http://idw-online.de/en/news123819>

Research results
Economics / business administration, Media and communication sciences
transregional, national

RUB-Studie über Internetforen: Treffpunkt der Multiplikatoren

Die Nutzer von Internetforen sind keine verschrobene Einzelgänger, sondern Multiplikatoren in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis. Die große Mehrheit findet themenbezogene Werbung im Forum interessant, fast jeder Zweite möchte gezielt über Neuigkeiten aus der produzierenden Industrie informiert werden. Das ist das zentrale Ergebnis einer Studie des Bochumer Instituts für Angewandte Kommunikationsforschung (BIFAK), einem Spin-Off der Ruhr-Universität Bochum.

Bochum, 09.08.2005

Nr. 247

Treffpunkt der Multiplikatoren
RUB-Studie: Internetforen im Fokus
Von der Werbeindustrie sträflich vernachlässigt

Wenn Unternehmen wüssten ...: Die Nutzer von Internetforen sind keine verschrobene Einzelgänger, sondern Multiplikatoren in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis. Die große Mehrheit findet themenbezogene Werbung im Forum interessant, fast jeder Zweite möchte gezielt über Neuigkeiten aus der produzierenden Industrie informiert werden. Das ist das zentrale Ergebnis einer Studie des Bochumer Instituts für Angewandte Kommunikationsforschung (BIFAK), einem Spin-Off der RUB. "Es ist schlichtweg nicht zu verstehen, wie stiefmütterlich die werbetreibende Industrie Spezial-Foren behandelt", sagt Studienleiter Peter Kruck: "Das ist sträflicher Leichtsinn."

740 Nutzer befragt

Die Studie "Internetforen - offener Marktplatz für Special-Interest" basiert auf einer breit angelegten Online-Umfrage. Kruck: "Internetforen waren bislang so etwas wie Black Boxes - jeder kennt sie, keiner weiß etwas Genauer. Auch die wissenschaftliche Beschäftigung damit kam viel zu kurz. Ziel unserer Studie ist, mit überholten Vorurteilen aufzuräumen und fundiertes Wissen bereit zu stellen." Befragt haben die Bochumer Forscher 740 Nutzer von rund 150 Internetforen. Sie wollten wissen, wer sich hier "tummelt", für wie glaubwürdig Foren gehalten werden und inwiefern Foren eine Option für die werbetreibende Industrie sind.

Der Kunde, das unbekannte Wesen

Das erstaunliche Ergebnis: 67 Prozent der Befragten interessieren sich für themenbezogene Werbung in ihrem Spezial-Forum, 49 Prozent möchten in ihrem Forum gezielt über neue Produkte informiert werden. Jeder Vierte (24,4 %) hat aufgrund von Werbung im Forum schon einmal etwas gekauft. Und: "Unglaubliche 78,8 Prozent der Befragten wünschen sich, dass Unternehmen sich der Foren bedienen, um die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden besser

kennen zu lernen", so Kruck. "Offensichtlich müssen die Unternehmen die außergewöhnlichen Qualitäten der Foren noch entdecken - der Internetuser hat das schon längst getan." Nicht nur neue Vertriebswege öffneten sich hier den Produzenten, heißt es in der Studie, sondern auch die "unbezahlbaren" Feedback-Kanäle. Kruck: "Sie warten geradezu darauf, angezapft zu werden."

Der Nutzer, das bekannte Wesen

Zugleich widerlegt die Bochumer Studie ein uraltes Vorurteil: Foren sind kein künstlicher Raum in einer virtuellen Welt, den von der Realität entfremdete Menschen und absurde Themen "bevölkern". Sie befriedigen vielmehr ganz alltägliche kommunikative Bedürfnisse "normaler" Menschen. "Die Kommunikation in den Foren entfaltet eine beachtliche wirklichkeitsgestaltende Wirkung", so Kruck. Die dort besprochenen Themen bereicherten regelmäßig die Gespräche im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis. Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, persönlichen Kontakt zu Personen aufgenommen zu haben, die sie im Forum kennen lernten. Kurzum: Internet-Foren sind vorzüglich dazu geeignet, Menschen mit gleichen Interessen zusammenzubringen - und das auch außerhalb des Internets, im "echten" Leben.

Tummelplatz der Meinungsführer

Die Stärke des Forums besteht darin, ein Special-Interest-Medium zu sein, das nicht nur mitteilungsorientierte Personen anzieht, sondern auch solche mit besonderen Kenntnissen. Foren scheinen vor allem ein "Tummelplatz" für Meinungsführer ("opinion leaders") zu sein - Personen, die an der Schnittstelle von Massen- und interpersonaler Kommunikation besonderen Einfluss ausüben. Entsprechend fallen die Umfrage-Ergebnisse zur Glaubwürdigkeit der Foren aus: Knapp 80 Prozent der Befragten nutzen ihr "Lieblingsforum" täglich, rund 90 Prozent suchen ihr Forum auf, um Erfahrungen zu einem Thema auszutauschen und verlässliche Informationen zu beziehen. 81 Prozent der Befragten bezeichnen ihr Forum als "glaubwürdig". Als Multiplikatoren haben über 80 Prozent der User ihr Forum bereits an andere weiter empfohlen.

Bezug der Studie

Die Studie (59 Seiten) ist gegen eine Schutzgebühr von 129 Euro (zzgl. MwSt) erhältlich beim Bochumer Institut für Angewandte Kommunikationsforschung (BIFAK), Max-Greve-Str. 40, 44791 Bochum.

Weitere Informationen

Peter Kruck, BIFAK, Tel. 0234/3253957, E-Mail: p.kruck@bifak.de, Internet: <http://www.bifak.de>

URL for press release: <http://www.bifak.de>