

Sammelband „Web-Monitoring“

Das Thema Web-Monitoring gewinnt zunehmend an Bedeutung. Immer mehr Unternehmen und Institutionen sehen als bedeutend an, im Internet vertreten zu sein. Social Web, virales Marketing und Social Networks sind nur einige Stichworte, welche in aller Munde sind. Die Unkontrollierbarkeit der Ausbreitung von Meinungen ist von Meinungsbildnern gefürchtet, doch nur wenig mit belegbaren Ansätzen unterfüttert. Kaum ein Unternehmen, welches nicht schon mit dem Internet ein spezifisches Ziel verfolgt hätte und am Ende nach Sinn und Unsinn seines Handelns gefragt hat. Wissenschaftliche Herangehensweisen an die „Überwachung“ des Internet fehlen, meist stellt ein solches Monitoring eine Sammlung von RSS-Abonnements dar. In seltenen Fällen wird eine professionelle Software verwendet und selbst dann stellt sich noch die Frage nach der sinnvollen Analyse der unüberschaubaren Datenmenge.

Kaum verstanden werden dabei die Zusammenhänge der Kommunikation im Internet, welche über eine bloß positive oder negative Berichterstattung hinausgehen. Damit wird die Beobachtung dessen was im Internet geschieht, für immer mehr „Marktteilnehmer“ undurchsichtig, gleichwohl immer wichtiger in der täglichen Arbeit. Dabei umschreibt das Web-Monitoring den Bereich der wissenschaftlich begründeten Analyse sämtlicher Kommunikationsprozesse im Internet. Bisher fiel auf, dass es wohl einige gute Einzelpublikationen und Zeitschriftenbeiträge zu diesem Themenbereich gibt, außer einigen wenigen umfassenderen Publikationen jedoch kein Werk, welches dieses spannende Thema umfassend beleuchtet. Ein solches Werk soll mit vorliegendem Konzept erstellt werden.

Aufgrund der vielfältigen Facetten und Aspekte des Themas „Web-Monitoring“ macht es Sinn, dazu einen Sammelband zu erstellen, der die Herangehensweisen verschiedenster Wissenschaftler, aber auch Praktiker, beleuchtet. Damit kann erstmals ein umfassender Einstieg in das Thema Web-Monitoring geboten werden. Ein Artikel sollte zwischen 20 und 40 Seiten umfassen und die persönlichen Erfahrung der Autoren reflektieren, aber auch ihren methodologischen Überlegungen entspringen.

Folgende Inhalte könnten einen solchen Sammelband ausmachen:

Einleitung (Patrick Brauckmann)

I. Aufgaben eines Web-Monitorings

1. Problemstellungen im Umgang mit dem Web (n.n.)
2. Ziele des Web-Monitoring im politischen Umfeld (Patrick Brauckmann)
3. Web-Monitoring als Controllinginstrument in Unternehmen (Autor angefragt)

II. Methodik des Web-Monitoring

1. Web-Monitoring as a Tool for Political Consulting in the UK (Autor angefragt)
2. Wissenschaftliche Methodik bei der Analyse kommunikativer Prozesse im Internet (n.n.)
3. Technologien des Web-Monitoring (n.n.)

III. Analyse von Daten

1. n.n. (n.n.)
2. n.n. (Autor angefragt)
3. Verwendung von Daten der Online-Forschung für Online-Kampagnen (Autor angefragt)

IV. Best Practice Bsp.

1. Web-Monitoring im Wahlkampf. Bedeutung und Auswirkungen (Patrick Brauckmann)
2. Unternehmerische Fragestellungen und Web-Monitoring (n.n.)
3. Marketingkonzepte für das Internet. Monitoring als Optimierungs-Instrument (Autor angefragt)
4. Web-Monitoring in der Kampagnenplanung (n.n.)

Die hier vorgeschlagenen Titel der einzelnen Artikel sind freibleibende Vorschläge. Die Autoren werden gebeten, im angegebenen Themenbereich abweichende Schwerpunkte und Titel zu wählen.

Fakten zum Sammelband „Web-Monitoring“

Titel: Web-Monitoring. Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet

Herausgeber: Patrick Brauckmann

M. A., brauckmann@uni-leipzig.de, 03641-295332. Studium der Politikwissenschaft in Jena und Antwerpen. Abschlussarbeit zum Thema „E-Campaigning als effizientes Instrument der politischen Lobbyarbeit?“. Aktuell tätig bei der synchronity GmbH als Vertriebsleiter und konzeptionell für Projekte im Bereich eGovernment verantwortlich. Promovend an der Universität Leipzig mit dem Thema „Online-Communities im Bundestagswahlkampf 2009“.

Umfang: 12 Beiträge a ca. 30 Seiten; 360 Seiten

Autoren: Die Autoren entstammen überwiegend Arbeits- und Forschungsfeldern aus dem Online-Bereich. Interessant sind vor allem Fragestellungen wie die in der Inhaltsangabe skizzierten, die sich mit Fragen der Erhebung und Analyse von Daten im und über das Internet beschäftigen. Dabei sollen technologische wie auch konzeptionelle Themen problematisiert werden.

Verlag: n.n.

Zeitplanung:

- | | |
|----------------------------|------------|
| - Zusage Mitwirkung | 01.12.2008 |
| - Abschluß Call for Papers | 01.02.2009 |
| - Einreichung Beiträge | 01.06.2009 |
| - Redaktion | 01.08.2009 |
| - Drucklegung | 01.09.2009 |