

Studie

Stimmungsindikator Social Media

[03.11.2011] Welche Erwartungen Bürger hinsichtlich sozialer Netzwerke an die öffentliche Verwaltung stellen, hat das Marktforschungsunternehmen Forsa untersucht. Ergebnis: Ein Großteil wünscht sich mehr Kontakt via Social Media, zudem können diese als Stimmungsindikator dienen.

Social-Media-Kanäle bergen großes Potenzial für die öffentliche Verwaltung, sowohl als Stimmungsindikator als auch zur Steigerung von Zufriedenheit und Vertrauen der Bürger. Dies gilt insbesondere für die Bevölkerungsgruppe der unter 30-Jährigen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage, welche das Marktforschungsunternehmen Forsa im Auftrag des Software-Herstellers SAS durchgeführt hat. Laut der Studie sind nur 29 Prozent der Befragten der Meinung, dass die derzeitigen Kontaktmöglichkeiten zu Ämtern und Behörden via Internet ausreichen. „Stellt man diesem Ergebnis die Tatsache gegenüber, dass die Mehrheit zufriedener mit Behörden und Ämtern wäre, wenn sie mehr Möglichkeiten hätten, diese per Internet zu kontaktieren, lässt sich schlussfolgern, dass hier großer Nachholbedarf besteht“, so Andreas Nold, Business Development Manager für Public bei SAS Deutschland. Weiteres Ergebnis der Umfrage: 68 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass die politisch Verantwortlichen Diskussionen im Internet, insbesondere in sozialen Netzwerken und Diskussionsforen, als Stimmungsindikatoren ernst nehmen müssen. Nach Angaben von SAS täten Verwaltungen daher gut daran, den Inhalt von sozialen Netzwerken auszuwerten, und ihn als Frühwarnsystem anzuerkennen.

(bs)

Stichwörter: Social Media, Studie, Social Media, SAS