

# CEO-Blogs als Instrument der Unternehmenskommunikation?

Entwicklung in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien

# *Gliederung*

---

1. Kontext: Personalisierung der Unternehmenskommunikation
2. Relevanzkriterien und Untersuchungsdimensionen von CEO-Blogs
3. Ziel und Vorgehen der Studie
4. Ergebnisse
5. Fazit

# *Kontext: Personalisierung der Unternehmenskommunikation*

---

Zwei Dimensionen der Personalisierung der Unternehmenskommunikation:

1. Individualisierung der Interaktion mit Kunden/Stakeholdern
2. Personifizierte Repräsentation einer Unternehmung in der Öffentlichkeit

# *Personifizierte Repräsentation mittels eines CEO-Blog*

---

## Verständnis von CEO-Blogs:

- CEO-Blogs sind von einem Mitglied des Top-Managements (z.B. Vorstand) oder Chief Executive Officer (CEO) geschrieben
  - entweder unter privater URL
  - oder in den Internetauftritt des Unternehmens integriert
- sie haben einen deutlichem Unternehmensbezug

# Relevanzkriterien und Untersuchungsdimensionen von CEO-Blogs

	Relevanzkriterien	Untersuchungsdimensionen
<b>Blogs</b>	Technikoptionen nutzen	u.a. Archiv, Blogroll, Podcasts, RSS, Tags
	Regelmäßig Einträge schreiben, Verlinken	Häufigkeit + Anzahl der Posts, Links, Trackbacks
<b>CEO</b>	Wichtige Stakeholder direkt kontaktieren	Autorschaft, Benennung der Zielgruppen
	Kommunikationsinstrument zur individuellen Nutzung	Benennung / Erkennbarkeit der Zielsetzung
<b>Rezipienten</b>	Exklusive Neuigkeiten im informellen Stil erfahren	Themen, Perspektiven, Bezüge
	Diskutieren, Feedback erhalten	Kommentarfunktion, Dialogbereitschaft

# *Ziel der Studie*

---

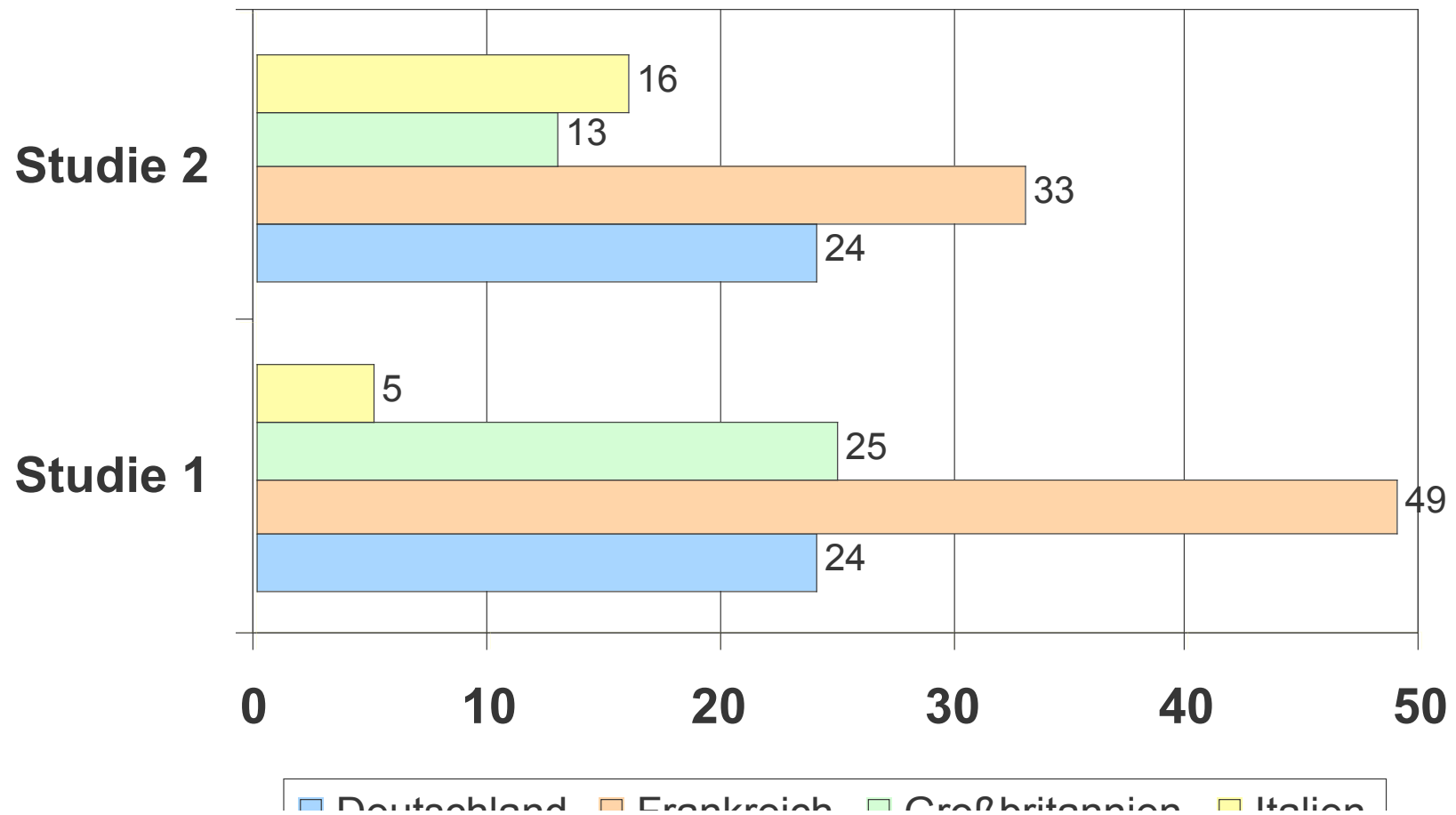
## *Länder übergreifende Studie*

- Analyse der **Häufigkeit** von CEO-Blogs in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien
- Beschreibung und Erklärung von **Ähnlichkeiten und Unterschieden** im Hinblick auf
  - die vier Länder
  - den Zeitverlauf
    - Personifizierte Repräsentation
    - Personalisierung der Themen

# Untersuchungsanlage

	<b>Studie 1</b>	<b>Studie 2</b>
<b>Expertenbefragung</b>	11/05 bis 01/06	06/06
<b>Online-Recherche</b>	11/05 bis 01/06	06/06
<b>Zufallsauswahl der Blogs</b>	<b>vier</b> CEO-Blogs in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien	<b>acht</b> CEO-Blogs in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien
<b>Dreiwöchige Blog-Analyse</b>	12.2.-4.3.2006	11.-31.7.2006
<b>Experten- und Bloggerbefragung</b>	Im Anschluss an die Analyse	—

# Ergebnis 1: Gesamtzahl aller CEO-Blogs



## *Ergebnis 2a:*

### *Gesamtzahl an Einträgen bei der Studie I*

---

Deutschland }  
GB } 131  
Italien }

135 { Frankreich

(Anzahl an CEO- bzw. CEO-autorisierten Einträgen, ohne Kommentare,  
Grungesamtheit = vier Blogs pro Land über einen Zeitraum von drei Wochen)

## *Ergebnis 2b:*

### *Gesamtzahl an Einträgen bei der Studie II*

---

Deutschland	}	345	130	}	Frankreich
GB					
Italien					

(Anzahl an CEO- bzw. CEO-autorisierten Einträgen, ohne Kommentare,  
Grundgesamtheit = acht Blogs pro Land über einen Zeitraum von drei Wochen)

## *Ergebnis 3: Informationen über den Blog*

	Studie 1		Studie 2	
	Ja	Nein	Ja	Nein
<b>Zielsetzung des Blogs</b>	2	14	17	15
<b>Zielgruppen des Blogs</b>	1	15	2	30
<b>Blogroll</b>	11	5	22	10
<b>RSS</b>	14	2	23	9
<b>Tags</b>	14	2	26	6
<b>Link zum Unternehmen</b>	14	2	28	4

## *Ergebnis 4: Leserkommentare*

	<b>Studie 1</b>		<b>Studie 2</b>	
	<b>Mittelwert</b>	<b>N</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>N</b>
<b>Frankreich</b>	<b>5,79</b>	<b>135</b>	<b>6,58</b>	<b>130</b>
<b>GB</b>	<b>0,17</b>	<b>47</b>	<b>0,9</b>	<b>70</b>
<b>Deutschland</b>	<b>1,04</b>	<b>56</b>	<b>8,7</b>	<b>192</b>
<b>Italien</b>	<b>1,82</b>	<b>28</b>	<b>5,9</b>	<b>84</b>

# *Ergebnis 5: Themenspektrum nach Ländern*

---

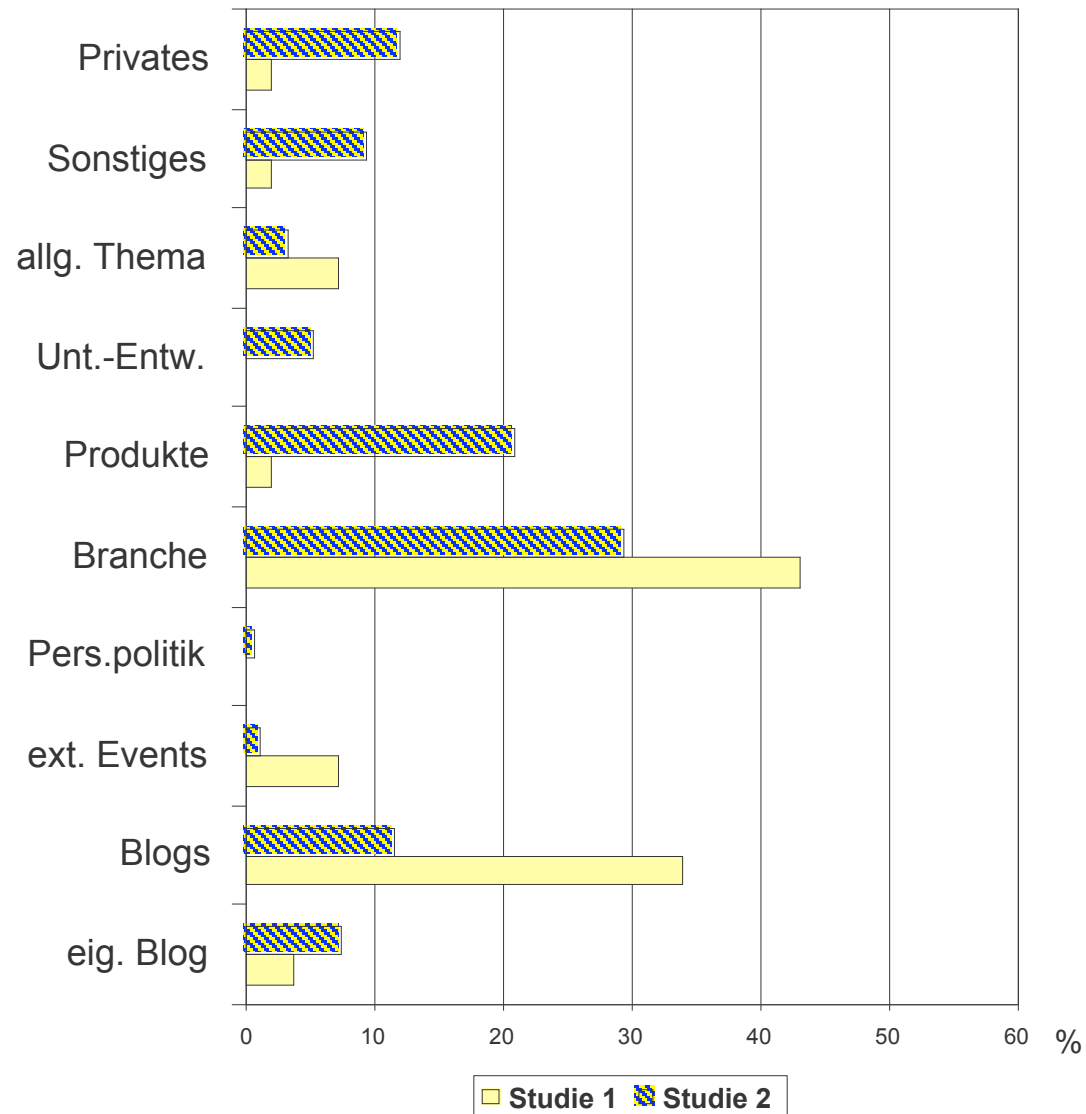
## Themen Studie 1

- Brancheninformationen dominieren deutlich
- Kaum thematisiert: Persönliche Erlebnisse, allgemein gesellschaftspolitische Themen, Personalpolitik

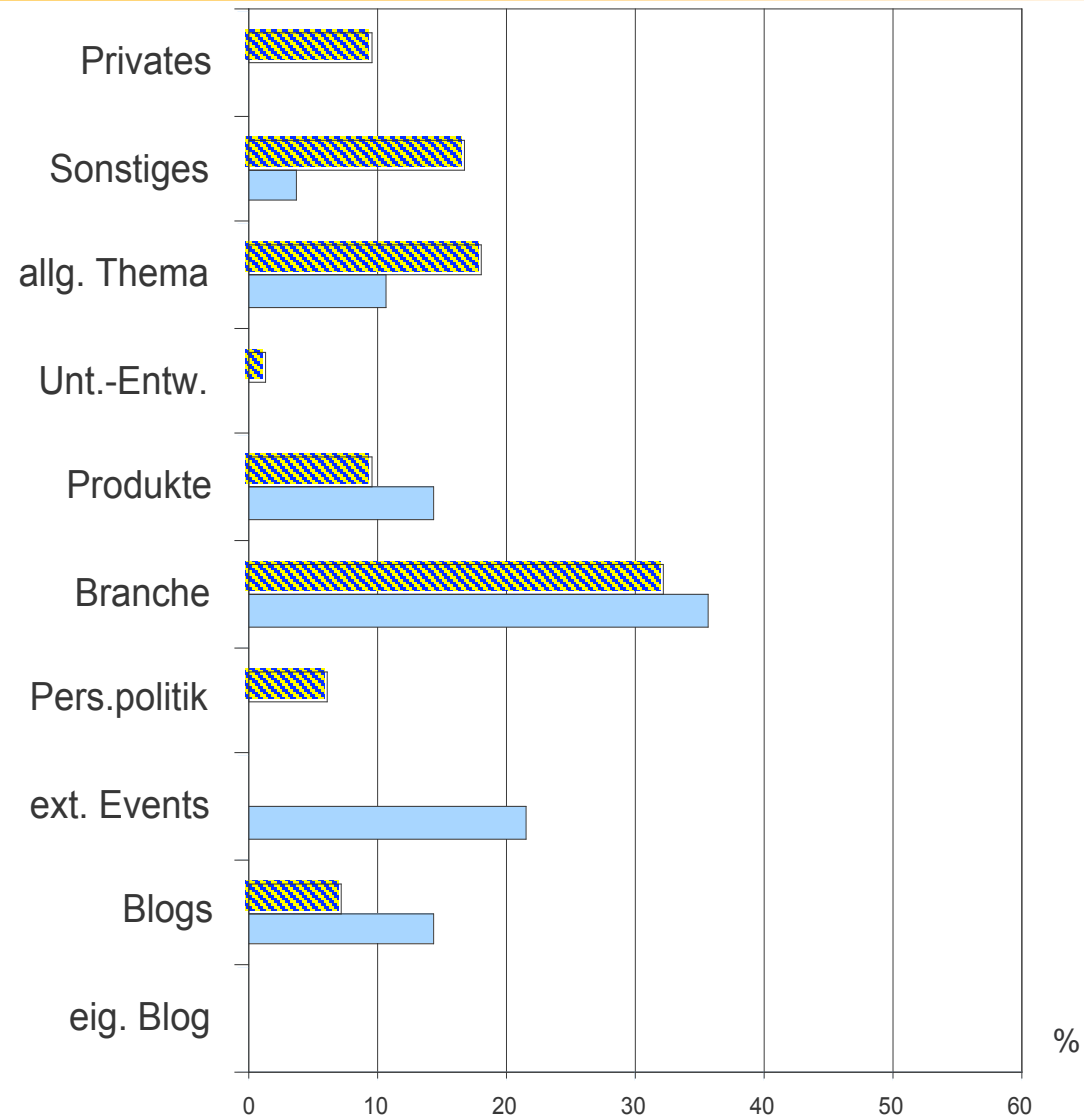
## Themen Studie 2

- Brancheninformationen dominieren weiterhin mit Abstand
- Kaum thematisiert: wirtschaftliche Unternehmensentwicklungen, betriebsexterne Ereignisse, Personalpolitik
- An Bedeutung gewonnen: Persönliche Erlebnisse, allgemein gesellschaftspolitische Themen

# Themen der Einträge in Deutschland



# Themen der Einträge in Italien



## Ergebnis 6: Personalisierung der Themen

	Persönliche Erlebnisse		Gesellschafts-politisches Thema	
	Studie 1	Studie 2	Studie 1	Studie 2
Italien	0,0%	9,5%	10,7%	17,9%
Frankreich	8,9%	8,5%	16,3%	12,3%
Deutsch-land	1,8%	12,0%	7,1%	3,1%
Groß-britannien	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%

## Ergebnis 7: Information über den CEO

	Studie 1		Studie 2	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Persönliche Informationen über CEO	7	9	7	<b>25</b>
CV	9	7	11	<b>21</b>
Foto	11	5	22	10
Kontakt	7	9	19	13

# Ergebnis 8: Personalisierung = Privatisierung?

(Screenshots der Einträge zum Geburtstag von Loïc Le Meur)

14 juillet 2006

34...

---

Un de plus. On est toujours le jeune ou le vieux de quelqu'un c'est ce qui est rassurant.

Rédigé par Loïc Le Meur  
| [Lien permanent](#) | [Commentaires \(36\)](#) | [TrackBacks \(0\)](#)

36 commentaires

Le **14 juillet 2006 - 9:16 Jeff Clavier** a dit :

Eh tais toi, t'as encore 6 ans avant le big 4-0. Moi c'est bien moins que ca...

Happy Birthday!

Le **14 juillet 2006 - 9:37 Mry** a dit :

Bel anniversaire mon pote... rien que pour toi la France est en fête !

Le **14 juillet 2006 - 9:54 neos** a dit :

Pourquoi célébrer les anniversaires de naissance ? On n'y est pour rien de toute façon.

Mais bon, 34 c'est plus proche de 30 que de 40.

Le **14 juillet 2006 - 10:05 François** a dit :

Joyeux Anniversaire Loïc !

Le **14 juillet 2006 - 10:05 The Chooser** a dit :

Joyeux anniversaire Loïc!

Comme cadeau, je te promets de bientôt ouvrir une "boutique" avec TypePad!

The Chooser (Geneva)

---

## (Eintrag zur Geburt der eigenen Tochter)

13 July 2006

A few hours ago...



Cléopée Anne Constance Sepulveda de Dietrich, born 13 July 2006, 12:32 (GMT+2), Neuilly-sur-Seine, France.

13 July 2006 in [Genealogy](#) | [Permalink](#) | [Comments \(35\)](#) | [TrackBack \(0\)](#)

# Fazit I: Relevanzkriterien von CEO-Blogs

	Relevanzkriterien	Untersuchungsdimensionen
<b>Blogs</b>	Technikoptionen nutzen	Viele Optionen ungenutzt
	Regelmäßig Einträge schreiben, Verlinken	Starke Varianz; Links ja, Trackbacks: nein
<b>CEO</b>	Wichtige Stakeholder direkt kontaktieren	CEOs schreiben selbst, Zielgruppen unbenannt, vermutlich kaum bekannt
	Kommunikationsinstrument zur individuellen Nutzung	Zunehmende Erkennbarkeit der Zielsetzung
<b>Rezipienten</b>	Exklusive Neuigkeiten im informellen Stil erfahren	Unsystematisch, zu wenig unternehmensbezogen
	Diskutieren, Feedback erhalten	Wenige kontroverse Themen = kaum Dialog

## *Fazit II: Weitere Feststellungen*

---

- Relativ junges Phänomen
- Sehr überschaubare Anzahl /  
Domäne von Kleinunternehmen
- Kein Bestandteil der Kommunikationsstrategie
- Personifizierte Repräsentation
- Wenig dialogisch, immer noch wenig kommentierte  
Einträge