Landau Media optimiert Medienresonanzanalyse mit QlikView

„Für uns ist Medienbeobachtung keine Konfektionsware, sondern ein Maßanzug, angepasst an die individuellen und komplexen Suchprofile unserer Kunden. QlikView ist daher für uns aufgrund der hohen Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit das ideale BI- Tool.“

Eike Tölle, Leiter Medienanalyse, Landau Media AG

Ausgangssituation
In Zeiten knapper Budgets ist es für Unternehmen wichtiger denn je geworden, den Erfolg ihrer Kommunikationsarbeit genau beobachten und messen zu können. Eine echte Herausforderung, denn der deutsche Medienmarkt ist einer der größten der Welt.

Einer der führenden Full-Service Anbieter im Bereich der Medienbeobachtung ist die in Berlin ansässige Landau Media AG. Seit der Gründung 1997 erbringt das Unternehmen Dienstleistungen wie Media Monitoring, Pressespiegel-Service und Analysen aus Printmedien, Internet, TV, Hörfunk, Nachrichtenagenturen und Web 2.0 Portalen für mehr als 2.000 national und international renommierte Kunden. Über 200 Mitarbeiter dokumentieren täglich die Presse-Resonanz und informieren über das aktuelle Geschehen. Ausgewertet werden täglich 1.300 regionale und überregionale Tageszeitungen und 600 TV-Sendungen, 90 Hörfunk-Sender sowie 3.400 Internet-Medien und sechs Nachrichtenagenturen. Hinzu kommen pro Woche über 3.500 Zeitschriften sowie monatlich mehr als 38.000 Print-Medienexemplare. Analysiert werden darüber hinaus über 72.000 Web2.0 Portale.

Anforderungen
Auf Basis dieser Informationen erhielten Kunden bislang statische qualitative und quantitative Auswertungen zum Beispiel als Reportings in Form von Power-Point Präsentationen. Um Unternehmen die Möglichkeit bieten zu können, die Medienresonanz noch genauer und individueller auszuwerten, entschloss sich Landau Media, ihr Analysespektrum mittels einer geeigneten Business Intelligence-Software zu erweitern. „Für uns ist Medienbeobachtung keine Konfektionsware, sondern ein Maßanzug, angepasst an die individuellen und oftmals komplexen Suchprofile unserer Kunden. Und genau mit diesem Anspruch haben wir uns auch auf die Suche nach einem geeigneten BI- Tool gemacht, mit dem sich Daten aus Excel sowie inhouse programmierten Datenbanken auf SQL-Basis unkompliziert und umfassend auswerten lassen,“ so Eike Tölle, Leiter Medienanalyse bei Landau Media.

Lösung im Überblick

Laundau Media AG
Landau Media ist einer der führenden Full-Service Anbieter im Bereich der Medienbeobachtung. Zum Dienstleistungsangebot gehören Media Monitoring, Pressespiegel-Service und Medien-Analysen für über 2.000 Kunden.

Branche
Dienstleistung

Abteilungen
Kundenservice

Standorte
Deutschland

Herausforderungen
• Analysespektrum für Endkunden nicht mehr ausreichend
• Auswertungen anpassbar an individuelle und komplexe Suchprofile der Kunden E
• Entwicklung einer eigenen Lösung zu zeit- und kostenaufwändig

Lösung
Landau Media konnte QlikView Mitarbeitern der Analyse-Abteilung sowie Kunden bereits nach einer Implementierungszeit von vier Wochen zur Verfügung stellen. Endnutzer haben nun die Möglichkeit, Clippings aus Printmedien, Internet, TV, Hörfunk, Nachrichtenagenturen und Web 2.0 Portalen nach unterschiedlichsten Fragestellungen bis auf Detailebene zu analysieren.

Vorteile
• Zusätzliche Analysenoptionen haben die Kundenzufriedenheit gesteigert
• Marktpositionierung wurde durch Technologievorsprung verbessert
• Kein IT-Support für die Nutzung seitens Analyse-Mitarbeiter erforderlich
• Hohe Mobilität durch Nutzbarkeit per Web und iPhone App

Systemumgebung
Datenquellen: Excel, Access, SQLServer
Hardware: Microsoft SQL Server 2008 64-bit

QlikTech Partner
m-Computers Consulting GmbH

VAS Value Added Services GmbH

<Landau Media>
monitoring analyse consulting

Eine weitere Anforderung seitens Landau Media war die Mobilität der Anwendung.

Gleichzeitig wurde eine Lösung gesucht, die so unkompliziert in der Implementierung und Anwendung ist, dass weder bei den Landau-Mitarbeitern noch bei Endnutzern spezifische Programmierkenntnisse erforderlich sind.

Auswahl und Implementierung
Bei der Auswahl einer geeigneten Software vertraute Landau Media auf das Urteil der m-Computers Consulting GmbH. Das Beratungs- und Dienstleistungs-Unternehmen für IT- und Telekommunikations-Technik ist seit über 10 Jahren IT-Partner der Landau Media AG. „Der BI-Markt ist für Neulinge wie uns ziemlich unübersichtlich," so Tölle, „daher waren wir sehr froh, mit der m-Computers einen fach- und branchenspezifisch versierten Ratgeber zu haben, der uns bei der Entscheidungsfindung unterstützt hat."

Positiv überrascht war Landau Media außerdem von der kurzen Implementierungsdauer: Die Entscheidung für die speicherbasierte BI-Lösung fiel nach einem überzeugenden „Seeing is beliving"-Workshop Ende Januar. Bereits Ende Februar hatte der QlikTech Distributions-Partner VAS Value Added Services GmbH QlikView vollständig implementiert. Auch die professionelle Durchführung der Schulung, ebenfalls unter der Leitung von VAS, beeindruckte Management und Mitarbeiter.

Nutzen
Überzeugt hat insbesondere, wie leistungsstark und gleichzeitig einfach handhabbar QlikView ist. „Gemeinsam mit dem Endkunden legen unsere Mitarbeiter im Rahmen eines Workshops fest, welche individuellen Analysen und Reportings benötigt werden. Anschließend können die Analysten das Analyse-Portal dann individuell entsprechend der Anforderungen ohne Support durch die IT ganz unkompliziert konfigurieren. Auch nachträgliche Änderungs- oder Ergänzungswünsche lassen sich problemlos kurzfristig umsetzen," erläutert Tölle.

Kunden können umfangreiche Inhalts-, Image- und Sponsoring-Analysen der Clippings selbständig vornehmen und durch Drill-through die Analysetiefe individuell bestimmen. QlikView „arbeitet" wie das menschliche Gehirn logisch-assoziativ und ist deshalb über eine farbkodierte Point & Click-Oberfläche besonders leicht zu bedienen. Typische Fragen, die dank QlikView schnell und unkompliziert beantwortet werden können, sind:

- Welche Kommunikationsbotschaften werden von den Medien aufgegriffen?
- Mit welchen Eigenschaften werden Unternehmen, Produkt oder CEO in Verbindung gebracht?
- Sprechen Konsumenten im Web 2.0 Kauf-Empfehlungen aus? Gibt es Fürsprecher, deren Expertenmeinung für Produktentwicklungen genutzt werden kann?
- Wer diskutiert wann mit welcher Meinungstendenz in welchen Portalen?
- Welche Journalisten berichten am häufigsten und in welcher Tonalität?
- Wie präsent ist das eigene Unternehmen in den Medien im Vergleich zu Mitbewerbern?
- Welche Themen und Trends bestimmen die Branche?
- Wir wirken sich spezifische Ereignisse auf die Berichterstattung aus? (z.B. Bilanzpressekonferenz, Führungswechsel, Fusion, Börsengang)
- Wie verändert sich die Berichterstattung im Zeitverlauf?
- Wie viele Kontakte sind mit einer Kampagne erreicht worden?
- Wie hoch ist der Werbewert eines Artikels?

Durch diese vielschichtigen Informationen sind Unternehmen in der Lage, ihre Kommunikationsziele besser kontrollieren und Veränderungen in der öffentlichen Meinung rechtzeitig erkennen und so die Berichterstattung aktiver steuern zu können.

Pluspunkte erntete QlikView außerdem für die detaillierten Diagrammfunktionen sowie das visuell ansprechende Design und die Aussagekraft der Grafiken.

Ein wichtiges Entscheidungskriterium war darüber hinaus die Möglichkeit, mit QlikView standortunabhängig sowohl über das Web als auch über eine iPhone-App in Echtzeit detailgenaue Analysen und Reports durchzuführen. QlikView nutzt sämtliche Multi-Touch- und GPS-Features des iPhones, so dass alle interaktiven Funktionen flexibel bereitgestellt werden können.

Positiv bewertet wurde QlikView nicht nur intern, sondern auch seitens der Kunden. Die gute Resonanz ist für Landau Media der klare Beleg, mit QlikView genau die Analyse-Applikation anbieten zu können, auf die der Markt gewartet hat..

„Mit QlikView können wir uns erneut als Vorreiter im Bereich der PR-Evaluation positionieren."

Stefanie Friedrichs, Produkt- und Marktentwicklung im Bereich Analyse, Landau Media AG

© 2010 QlikTech International AB. All rights reserved. QlikTech, QlikView, Qlik, Q, Simplifying Analysis for Everyone, Power of Simplicity, New Rules, The Uncontrollable Smile and other QlikTech products and services as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of QlikTech International AB. All other company names, products and services used herein are trademarks or registered trademarks of their respective owners.

The information published herein is subject to change without notice. This publication is for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and QlikTech shall not be liable for errors or omissions with respect to this publication. The only warranties for QlikTech products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting any additional warranty.