

7. Anhang: Experteninterviews

7.1. Interviewleitfaden

Interviewleitfaden

Kurze Vorstellung Person, Promotionsthema und Vorgehen des Experteninterviews mit anonymisierter Transkription.

Einstieg

- Bitte stellen Sie sich und ihre **Funktion im Unternehmen** kurz vor.
- Beschreiben Sie bitte kurz die **Bedeutung von Markenmanagement/ -führung** in ihrem Geschäft/ Markt/ Branche.

Bezugsfragen

1. Markenkommunikation allgemein

- Welche **Bedeutung** hat die **Online Kommunikation/ Markenkommunikation** in ihrem Unternehmen?
- Wie hat sich aus Ihrer Sicht in den **letzten 3-5 Jahren** die **Rolle der (Online) Markenkommunikation** in ihrem Unternehmen verändert?

2. Existenz von Social Media im Unternehmen

(idealerweise durch Vorab-Kurzfragebogen bereits eingeholt)

- Inwieweit betreiben Sie **eigene Social Media Plattformen** (z.B. Brand Community, Markenpräsenz in Social Networks, Marken- oder Corporate Forum, Marken- oder Corporate Blog, ...)?
- Inwieweit agieren Sie auf **fremden Social Media Plattformen** (z.B. Community, Forum, Blog, ...)? Wie unterscheiden Sie dabei Präsenzen der Corporate Brand oder Product Brand?

Kernfragen

3. Umgang mit Social Media im Unternehmen

- Inwieweit **existiert** in Ihrem Unternehmen ein **Social Media Management** (z.B. KPI System, Social Media Monitoring, Social Media Guidelines, Krisenmanagement für Social Media, ...)? Gibt es eine eigene Stelle/ eigenes Team (z.B. Social Media Manager)?
- Warum **beobachten** Sie **Social Media Plattformen**? Inwieweit unterscheiden Sie dabei nach Themen, Zielgruppen, Plattformen, ...?
- Wie sieht das **Markencontrolling** in Ihrem Unternehmen aus? Inwieweit werden **Erkenntnisse** aus Social Media dabei einbezogen?
- Welche **Art** von **Erkenntnissen** erhalten Sie dadurch? Hat das **Einfluss** auf Ihr **Markenführungsverhalten**? Welches aktuelle Beispiel fällt Ihnen spontan dazu ein?
- Welche **Beschränkungen/ Freiräume** existieren für Ihre **Mitarbeiter** bei der Social Media Kommunikation?
- Wie **intensiv interagieren** Sie mit Ihren **Zielgruppen** (online)? Hat sich das über die **Zeit verändert**/ ist es aktuell stärker geworden? Mit welchen besonders?
- Inwieweit beeinflussen, steuern oder kontrollieren Sie die **Interaktion zwischen** Ihren **Zielgruppen**?

Abbildung 1: Interviewleitfaden (Seite 1)

4. Wirkung von Social Media im Unternehmen

- Inwieweit **verändert** Social Media Ihrer Meinung/ Erfahrung nach das **Markenverhalten** (ihres Unternehmens)?
- Inwieweit **beeinflusst** Social Media das **Markenerlebnis** ihrer Zielgruppen? Welche dabei besonders?
- Wird Ihrer Meinung nach durch Social Media die **Notwendigkeit** einer **konsistenten Markenführung** weiter **verstärkt**? Warum?
- Inwieweit **beeinflusst** Social Media Ihrer Meinung nach die **Glaubwürdigkeit** ihres Unternehmens bzw. Ihrer **Corporate Brand/ Dachmarke**? Wie die von **Produktmarke(n)**?
- Unterscheidet sich Ihrer Meinung nach die **Wirkung** von Social Media auf die **Corporate Brand** im Vergleich zu **Produktmarke(n)**?
- Welcher **Bedeutung** kommt Social Media beim Aufbau von **Vertrauen** zu? Wo sehen Sie in der Zukunft Potenzial?
- Inwieweit hat die **einfache Vernetzung** von **Menschen** durch Social Media **Einfluss** auf Ihr **Geschäft**? Und auf das **Beschaffungsverhalten** im B2B/ Ihrer Kunden?
- In welchen **Bereichen** des **Unternehmens** ist aus Ihrer Sicht der **Einfluss** von Social Media **spürbar**? Welche Bereiche haben dabei den **stärksten Einfluss** auf die **Markenführung**?
- Welche **organisationalen Veränderungen** aufgrund von Social Media sind Ihnen bekannt?

Abschluss

- Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Untersuchung.
- Bitte geben Sie mir kurz Feedback zum Interview.

Abbildung 2: Interviewleitfaden (Seite 2)