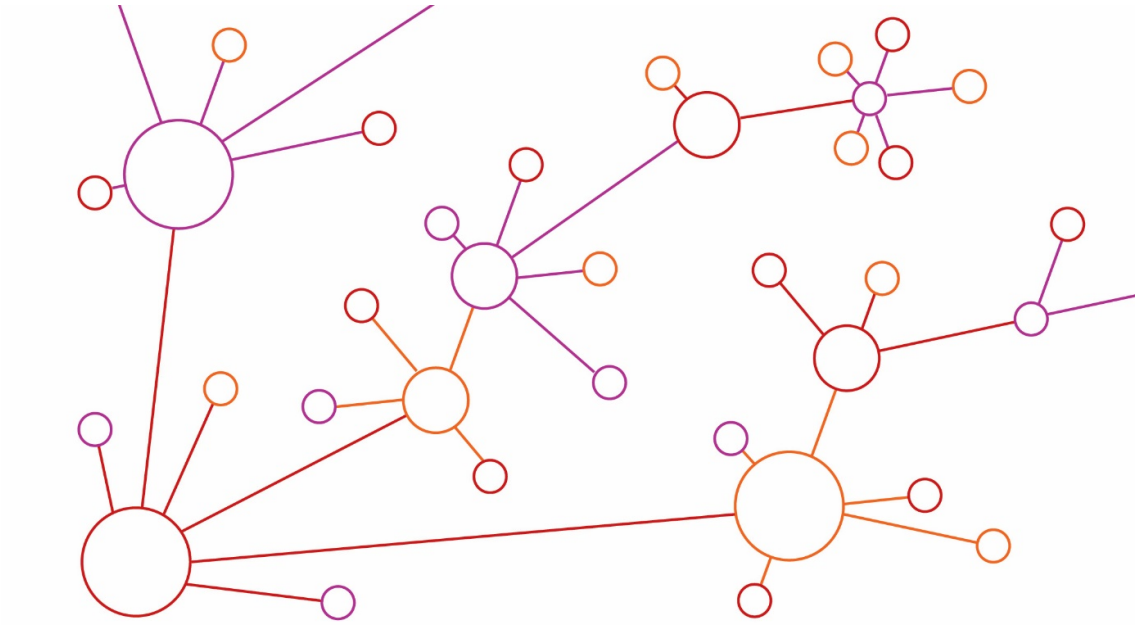

Hausarbeit
Lehrveranstaltung: Web-Monitoring (M6.2)
Master Markt- und Medienforschung
TH Köln

# Social Media Monitoring Casebook

vorgelegt von: Philipp Jaroschewski
Matrikelnummer: 11108827
am: 12.08.2021
Dozent: Prof. Dr. Matthias Fank

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis ..... II
Tabellenverzeichnis ..... III
1. Kurzbeschreibung Unternehmen ..... 1
2. Ziele des Social Media Monitoring ..... 2
3. Social Media Monitoring ..... 3
3.1 Keywording ..... 4
3.2 Search Strings ..... 5
3.3 Relevanzbewertung ..... 9
3.4 Analyse ..... 13
3.5 Report ..... 14
4. Fazit ..... 17

## Abbildungsverzeichnis

**Abb. 1**: Prozentualer Anteil der Quellenarten .....14

**Abb. 2**: Anteil der Sternebewertungen .....14

**Abb. 3**: Vertretene Themen.....15

**Abb. 4**: Kommentar des Users Yoku-San.....16

**Abb. 5**: Kommentar des Users Santelmo.....16

## Tabellenverzeichnis

**Tab. 1**: Die gewählten Keywords, unterteilt nach Kategorien.....4

**Tab. 2**: Die gewählten Searchstrings in der tabellarischen Übersicht - Teil 1 .....7

**Tab. 2**: Die gewählten Searchstrings in der tabellarischen Übersicht - Teil 2 .....8

**Tab. 4**: Identifizierte Quellen - Foren.....11

**Tab. 5**: Identifizierte Quellen - Social Networks.....11

**Tab. 6**: Identifizierte Quellen - Blogs.....12

**Tab. 7**: Identifizierte Quellen - sonstiges ..... 12

**Tab. 8**: Ausschnitt aus dem Monitoring-Master-Sheet..... 13

## 1. Kurzbeschreibung Unternehmen

Bei dem gewählten B2C-Unternehmen handelt es sich um Van Dyck. Van Dyck ist eine Kaffeerösterei aus Köln mit heutigem Sitz in Köln-Mülheim. Laut eigenen Angaben auf der Website importieren sie pro Jahr etwa 60 Tonnen Kaffee. Gegründet wurden sie 2010. Bei dem Kaffee handelt es sich ausschließlich um Bio und Fair Trade Kaffee, den man über den Online-Shop, aber auch eigene Filialen erwerben kann. Insgesamt haben sie sechs Filter-Kaffeesorten, sieben Espresso- und eine Omni-Roast-Sorte im Angebot. Daneben kann man dort auch Zubehör erwerben. Mittlerweile bieten sie auch Cold-Brew aus eigener Herstellung und diverse Merchandising-Artikel wie Tassen, To-Go-Becher oder Kaffeedosen mit dem Logo an. In Köln gibt es neben der Rösterei noch zwei Espressobars von Van Dyck, alle drei dienen als Shop und Café. Als Kommunikationskanäle gibt es die eigene Website (vandyckkaffee.de), aber auch einen Instagram- (www.instagram.com/vandyckroesterei/) und einen Facebook-Account (www.facebook.com/vandyckroesterei).

## 2. Ziele des Social Media Monitoring

Ziel des Monitoring soll sein, ein Produkt- und Innovationsmanagement durchzuführen. Dazu gehört, die Bewertungen der Produkte, also der Kaffeesorten, zu analysieren, die Anforderungen der Kunden an diese zu identifizieren und zu berücksichtigen und im letzten Schritt auch eine Produktoptimierung bzw. Entwicklung neuer Produkte. Als **Zielgruppe** sollen die Menschen analysiert werden, die Van Dyck Kaffee trinken oder getrunken haben und viel im Web unterwegs sind. Allgemein präsentiert sich Van Dyck als eine sehr junge und hippe Marke, dementsprechend sollten allgemein die Konsumenten mit hoher Wahrscheinlichkeit auch jung und webaffin sein. Als **kritische Erfolgsfaktoren** könnten folgende Punkte sowohl intern als auch extern den Erfolg beeinflussen: Wie die neuen Omni-Roast Sorte rezipiert wird, die Positionierung von Espresso-Liebhabern zur Marke, die Bekanntheit über die Grenzen von Köln hinaus und der bisherige Erfolge von Marketing-Maßnahmen. Kurz zusammengefasst soll nach den Kaffeebohnen von Van Dyck gesucht werden. Als Ort wurde allgemein das Web mit Fokus auf Orten gewählt, wo User-generated Content entsteht.

Der Erfolg kann dabei aus zwei Sichtweisen gesehen und gemessen werden: Auf der einen Seite steht der Erfolg bisheriger Monitoring Maßnahmen des Unternehmens. Dazu gehört etwa die Frage, ob und wie weit Van Dyck im Web vertreten ist und ob User Generated Content über die Marke dort schon identifiziert und aufgegriffen wurde, etwa durch die Redaktion auf Bewertungen. Auf der anderen Seite geht es auch um den Erfolg des hier durchzuführenden Monitorings. Dabei spielt etwa eine Rolle, ob die gewählten Ziele erreicht wurden, genug qualitativer Content gefunden wurde oder sich daraus Erkenntnisse ableiten lassen. Kennzahlen können also bspw. die Anzahl und das Ranking der einzelnen Suchergebnisse sein, wie stark über das Thema auf einer bestimmten Seite gesprochen wird und wie aktuell die Ergebnisse dort sind. Welche Kennzahlen genau genutzt wurden, wird im Kapitel 3.4, der Analyse, nochmal genau aufgegriffen.

## 3. Social Media Monitoring

Bevor konkret die Frage beantwortet wird, ob und in welchem Umfang ein Social Media Monitoring für Van Dyck sinnvoll ist, vorab noch ein paar Gedanken dazu: Van Dyck ist ein vergleichsweise kleines Unternehmen. Sie sind zwar durchaus auch über die Grenzen von Köln bekannt, aber besitzen Läden nur in Köln. Daher gibt es einige Anwendungsfelder, die zwar grundsätzlich sinnvoll wären, aber auf Grund der Größe des Unternehmens dann wenig Sinn machen. Konkret bietet sich hier ein Monitoring für ein Produkt- und Innovationsmanagement, ein Reputationsmanagement, die Wettbewerbsbeobachtung, ein Kampagnen-Monitoring oder eine Influencer-Detection an. Man sollte aber immer im Hinterkopf haben, dass alles natürlich eine Stufe kleiner passiert und im Einzelfall beispielsweise auf Grund weniger Zahlen, die man dazu gefunden hat, die Ergebnisse dann auch nur bedingt aussagekräftig sind.

Wie über die Produkte und das Unternehmen im Web gesprochen wird, kann man sicher über ein Monitoring erfahren, ein Krisenmanagement macht aber eher wenig sinn, da das Unternehmen doch sehr klein ist und der Kaffee-Markt vielleicht auch nur bedingt krisenanfällig. Ob eine Wettbewerbsbeobachtung sinnig ist, hängt sicher auch mit der Frage zusammen, wie man Wettbewerber für sich als Unternehmen definiert: Wählt man andere Röstereien aus Köln, ginge das sicher einfacher als über den Weg des Monitorings. Möchte man sich mit ähnlich großen Röstereien etwa aus Hamburg oder Berlin vergleichen, macht das Ganze schon mehr Sinn. Und möchte man vielleicht sogar wissen, wie man im Vergleich zu deutlich größeren Unternehmen in der Branche wie Starbucks oder Tchibo steht, führt fast kein Weg an einem Monitoring vorbei, wobei hier sicher die Sinnigkeit auf Grund des Größenunterschieds in Frage gestellt werden kann. Für eine Markt- und Trendanalyse ist das Unternehmen eher wieder zu klein, für Kampagnen etwa auf Instagram würde sich ein Monitoring wieder anbieten. Meinungsführer könnte man in zweierlei Hinsicht identifizieren: Gibt es einerseits Meinungsführer im Bereich Kaffee und haben die schon über mein Produkt gesprochen oder gäbe es welche, von denen man wollen würde, dass sie es tun. Für den Aufbau des Kundendialogs ist das Thema Kaffee sicherlich zu supportarm (bei technischen Geräten ist es wieder eine ganz andere Geschichte), das Unternehmen zu klein und auch der Dialog vor Ort zielführender. Als eigene Kanäle können neben der Website wie bereits erwähntInstagram @vandyckroesterei und eine eigene Facebookseite identifiziert werden.

## 3.1 Keywording

Einen der ersten Schritte stellt das Keywording dar. Dabei ergeben sich bei der gewählten Thematik schon erste Probleme: So ist Van Dyck ja nicht nur eine Kölner Kaffeerösterei, sondern lebt um 1600 auch ein gleichnamiger Maler namens Anthonis van Dyck. Die Produkte, um die es bei Van Dyck gehen soll, spalten sich in Espresso und Filterröstung bzw. genauer auch in einen Omni-Roast auf [kurze Erklärung: Omni-Roasts sind Röstungen, die sich sowohl für die Espresso als auch Filterzubereitung eignen]. Die einzelnen Röstungen tragen jeweils sehr universelle Nahmen, die sich meist an deutschen (z.B. Ehrenfelder) oder italienischen (z.B. Rosso) Wörtern orientieren. Auch gibt es eine Vielzahl von möglichen Bezeichnungen für das Produkt der Kaffeebohne. Daher wurde auf Basis eines Brainstormings erstmal ein sehr breit aufgestelltes Keywordset gebildet. Das unterteilt sich dabei in verschiedene Überkategorien: Einmal Unternehmensname, Branche und Standort und dann die diversen Sorten-Namen, Produkteigenschaften bzw. Bezeichnungen für Kaffee, Zubereitungsarten und Aktivitäten. Mit Aktivitäten sind dabei Begriffe gemeint, die in Zusammenhang mit der Bewertung von Kaffeebohnen stehen könnten. Tab. 1 zeigt das gewählte Keywordset:

Keywords

| Unternehmen | Branche | Standort | Sorten Espresso | Sorten Filter | Produkt (-eigenschaften) | Zubereitung | Aktivität |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Van Dyck | Kaffee | Köln | Adorno | Libero | Filter | Herdkanne | Bewertung |
| Van-Dyck | Rösterei | Köln-Mülheim | Ehrenfelder | Rosso | Filterröstung | Siebträger | Test |
| | Kaffeerösterei | Mülheim | Horkheimer | Heimspiel | Espresso | Siebträgermaschine | Review |
| | Kaffeebetrieb | Köln Mülheim | Herzblut | Verde | Bohnen | Filter | Geschmackstest |
| | | | Blackbird | Ankole Sweet | Espressobohnen | Handfilter | Geschmack |
| | | | Libero | Here comes the sun | Kaffeebohnen | Kaffemaschine | zubereiten |
| | | | Robusta 100% | | Kaffeepulver | brühen | Zubereitung |
| | | | Chamgagne Supernova | | Kaffee | aufbrühen | |
| | | | | | Arabica | Brühung | |
| | | | | | Robusta | Espressokännchen | |
| | | | | | Coffee | | |
| | | | | | Kafe | | |
| | | | | | Cafe | | |
| | | | | | Café | | |
| | | | | | Bio | | |
| | | | | | Fairtrade | | |
| | | | | | | | |

Tab. 1: Die gewählten Keywords, unterteilt nach Kategorien

## 3.2 Search Strings

Für die Searchstrings wurde ein Excel-Sheet erstellt. Dazu wurden im ersten Schritt die Keywords der einzelnen Kategorien über den OR-Operator miteinander verbunden (das sind die kursiv markierten Kombinationen von Wörtern), um sie anschließend in sinnigen Kombinationen über den AND-operator miteinander zu kombinieren. Um das ein wenig klarer zu machen wurden Farben genutzt, die zeigen, sollen welche Sets kombiniert wurden. Das Set an Searchstrings kann natürlich theoretisch beliebig erweitert werden. Die vorliegenden Searchstrings sollen daber einen guten ersten Einblick geben und das Feld schon relativ gut umfassen.

Schnell stellt sich als Problem heraus: Sucht man nur nach Van Dyck in Kombination mit der entsprechenden Kaffeesorte, findet man entweder die Seite bzw. den Shop von Van Dyck selbst oder andere Shops, die den Kaffee ebenfalls anbieten. Als ein großes Problem zeigt sich, dass viele Blogs in sehr ähnlicher Form über Van Dyck schreiben. Oft geschieht das in einem Art Ranking oder Tipp für gute Cafés in Köln. Dabei wirkt der Inhalt oft sehr werblich und enthält viele Floskeln, aber wenig wirklich brauchbare Aussagen zu Van Dyck und der Qualität dort. Hier zeigt sich auch das Problem der Abgrenzung von dem Café von Van Dyck und dem Kaffee, um den es eigentlich geht. Auch gibt es unter Benutzung der Searchstrings teils viele Ergebnisse (beispielhaft 126.000), leider erwähnen aber viele Seiten Van Dyck aber dann nur in einem Wort und sagen wenig Inhaltliches dazu aus. Gerade bei den einfacher gehaltenen Searchstrings (im Excel-Sheet sind das die Searchstrings links oben) ist die Anzahl der Ergebnisse teils so umfassend, dass man sich auf die ersten Suchergebnis-Seiten beschränken muss.

Auch **technische Probleme** seitens Google zeigen sich: So kommt es mehrfach vor, dass der Suchbegriff gar nicht auf der Seite zu finden ist oder auch sehr kryptische Ergebnisse geliefert werden, die inhaltlich nicht mit Van Dyck in Zusammenhang stehen. Ursache könnte ein Caching-Problem sein. Denkbar ist auch, dass Seiteninhaber bestimmte Keywords im html-text ihrer Website hinterlegt haben, um so Menschen auf ihrer Seite zu locken. Auch technische Probleme seitens Google sind möglich. Ein weiteres spannendes Phänomen ist, dass die Anzahl der Suchergebnisse von einer Ergebnisseite auf die nächste plötzlich sprunghaft abnimmt, in einem Beispiel von 492.000 zu 75 Ergebnissen. Hier könnte die Ursache sein, dass Google selbst gar nicht auf so eine spezifische Suche mit Searchstrings ausgelegt ist. So erscheint auch ab und ab die Abfrage, ob es sich beim Suchenden um einen Robot handelt und man muss die „Echtheit“ als Mensch über ein Captcha nachweisen.

**Inhaltlich** ist anzumerken, dass Van Dyck leider kein einzigartiger Markenname ist, sondern vielfach genutzt wird. So gibt es etwa ein Festival, ein Schloss, einen Maler, Fahrräder oder einen Sprecher mit dem Namen. Bei klaren und geschützten Markennamen wie Coca Cola wäre das sicherlich etwas anderes gewesen. Zudem nutzen auch viele Cafés die Bohnen von Van Dyck als Kaffee und werben im Web damit. Zudem fällt auf, dass viele Medien über Van Dyck und die Rösterei berichten. Da der Fokus aber auf User Generated Content liegen soll, wurde deshalb da schon teils eine Vorab-Filterung der Ergebnisse vorgenommen und solche Ergebnisse erst gar nicht in das Mastersheet aufgenommen. Im Folgenden auch eine kurze stichwortartige Bewertung der einzelnen Searchstring-Kategorien:

- *Unternehmen, Branche & Standort:* Die Searchstrings sind hier noch sehr allgemein gehalten und liefern viele Ergebnisse. Auf Grund der hohen Anzahl an Ergebnisse konnten hier aber auch nur die ersten Seiten gesichtet werden.
- *Sorten Espresso:* Die Suche hier liefert nahezu keine Ergebnisse (meist um die 15) und es kommt zu keinem Zugewinn an Quellen.
- *Sorten Filter:* Hier fällt auf, dass Seiten über Seiten kryptische Ergebnisse von HTML und PDF-Dateien geliefert werden, auch hier kein Quellenzugewinn.
- *Produkt (-eigenschaften):* Hier erscheinen viele Werbeanzeigen, die wohl durch die Stichworte getriggert werden, kein Zugewinn.
- *Zubereitung:* Die Qualität der Suchergebnisse steigt deutlich, auch wenn die meisten Ergebnisse schon bekannt sind. Erste englischsprachige Ergebnisse tauchen auf, Liste kann um rund zehn Quellen ergänzt werden.
- *Aktivität:* Keine neuen Phänomene oder Erkenntnisse, aber die Liste kann nochmal um weniger als fünf Ergebnisse ergänzt werden

Bezüglich der Kategorien ist festzuhalten, dass die ersten sehr allgemein gehaltenen Kategorien schon sehr ergiebig sind. Geschätzt 50-75 Prozent der gesamten Ergebnisse des Mastersheets generieren sich daraus. Auch fällt auf, dass mehrfach die erste Seite der Suchergebnisse komplett von der Website von Van Dyck besetzt ist, der Webauftritt ist also schon sehr stark und gut gerankt. Je fortgeschrittener die Suche ist, desto weniger neue Ergebnisse, werden dabei generiert, was durchaus für die Qualität der Searchstrings spricht, da diese scheinbar schon sehr früh das Feld relativ umfassend abdecken. Abschließend anzumerken ist auch noch, dass vor dem strukturierten Durchsuchen mit Searchstrings schon eine intuitive Suche mit Google gestartet und eine Liste mit ersten Ergebnisse generiert wurde. Diese wurde dann mit der Suche über Searchstrings abgeglichen und es zeigt sich: Tatsächlich wurden die meisten Ergebnisse auch über Searchstrings gefunden, aber auch noch deutlich mehr Ergebnisse darüber hinaus. Einzelne Seiten wurden tatsächlich dann aber auch nicht gefunden, diese wurden dann noch in das Mastersheet mit aufgenommen.

Searchstrings

| Searchstrings Unternehmen | Searchstrings Branche | Searchstrings Standort | Searchstrings Sorten Espresso | Searchstrings Sorten Filter | Searchstrings Produkt (-eigenschaften) | Searchstrings Zubereitung | Searchstrings Aktivität |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *(Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb)* | *(Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim)* | *(Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%)* | *(Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Chamgagne Supernova)* | *(FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade)* | *(Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen)* | *(Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung)* |
| *(Van Dyck OR Van-Dyck)* | | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Chamgagne Supernova) | (Van Dyck OR Van-Dyck AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) |
| | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Chamgagne Supernova) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) |
| | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) |
| AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Chamgagne Supernova) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) |

Tab. 2: Die gewählten Searchstrings in der tabellarischen Übersicht - Teil 1

Searchstrings

| Searchstrings Unternehmen | Searchstrings Branche | Searchstrings Standort | Searchstrings Sorten Espresso | Searchstrings Sorten Filter | Searchstrings Produkt (-eigenschaften) | Searchstrings Zubereitung | Searchstrings Aktivität |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Champagne Supernova) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) |
| | | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Forum OR diskussionsforum OR board OR phpbb OR vbulletin OR woltlab OR mybb) |
| AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Champagne Supernova) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Blog OR weblog OR wordpress) |
| | | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Libero OR Rosso OR Heimspiel OR Verde OR Ankole Sweet OR Here comes the sun OR Champagne Supernova) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Kaffee OR Rösterei OR Kaffeerösterei OR Kaffeebetrieb) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Blog OR weblog OR wordpress) |
| | | | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Adorno OR Ehrenfelder OR Horkheimer OR Herzblut OR Blackbird OR Libero OR Robusta 100%) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (FilterOR Filterröstung OR Espresso OR Bohnen OR Espressobohnen OR Kaffeebohnen OR Kaffeepulver OR Kaffee OR Arabica OR Robusta OR Coffee OR Kafe OR Cafe OR Café OR Bio OR Fairtrade) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Herdkanne OR Siebträger OR Siebträgermaschine OR Filter OR Handfilter OR Kaffemaschine OR brühen OR aufbrühen OR Brühung OR Espressokännchen) AND (Blog OR weblog OR wordpress) | (Van Dyck OR Van-Dyck) AND (Köln OR Köln-Mülheim OR Mülheim OR Köln Mülheim) AND (Bewertung OR Test OR Review OR Geschmackstest OR Geschmack OR zubereiten OR Zubereitung) AND (Blog OR weblog OR wordpress) |

Tab. 3: Die gewählten Searchstrings in der tabellarischen Übersicht - Teil 2

## 3.3 Relevanzbewertung

In Folgenden soll es nun um die Relevanzbewertung der gefundenen Quellen gehen. Die Quellen unterteilen sich dabei in vier Kategorien: Foren, Blogs, Social Networks und sonstiges. Sonstiges wurde dabei gewählt, wenn eine Quelle auf den ersten Blick relevant schien, sich aber in keine der anderen Kategorien zuordnen lies. Als Social Networks wurden auch Bewertungsportale wie Yelp bewertet, also grundsätzlich jede Plattform, auf der User Generated Content von Usern öffentlich generiert werden kann. Bei allen Kategorien wurde dabei eine Suche gestartet, wie viele Ergebnisse Google zu der Seite findet (Quant total); dazu wurde über „site:“ mit der jeweiligen URL dahinter gesucht. Anschließend wurde mit dem Keyword „Van Dyck“ dahinter gesucht (Quant Keyword) und die Anzahl der Treffer in Verhältnis zu der insgesamt in Google gefunden Menge an Ergebnissen gesetzt (Quant Anteil). Doch was sagen die einzelnen Indikatoren aus? Ein kurzer Abschnitt dazu:

- *Quant Total:* Das ist ein Indikator für die Größe und Bekanntheit eines Webauftritts.
- *Quant Keyword:* Darüber erfährt man, wie oft auf bei einem Webauftritt über ein bestimmtes Thema besprochen wird. Gut kann man so „Eintagsfliegen“ filtern, also Websites, die exakt einmal eine Thematik behandelt haben. Die sind meist höchstens dann relevant, wenn sie eine hohe Bekanntheit und Reichweite besitzen.
- *Quant Anteil:* Der sagt etwas über die Affinität zu einem bestimmten Thema aus. Liegt der Wert hier vergleichsweise hoch, scheint ein Webauftritt einen Fokus darauf zu haben.

Wegen der hohen Anzahl an gefundenen Blogs wurden in der Kategorie die Kennzahlen noch farblich hervorgehoben. Die jeweils vier Abstufungen von Grün und Rot markieren dabei die jeweils höchsten (Grün) bzw. niedrigsten (Rot) Werte. Bei Quant Keyword wurde auf die Abstufung von Rot verzichtet und nur alle, die dort einen Wert von eins stehen haben, rot markiert. Die Social Networks wurden noch einmal danach unterteilt, ob dort Posts oder Bewertungen zu der Thematik vorliegen und dann jeweils analysiert, wie viel Bewertungen bzw. Posts es mit dem Keyword insgesamt gab. Jede Quelle wurde auch unabhängig davon, ob sie für das hier durchgeführte Monitoring genutzt wurde, bezüglich ihrer Relevanz mit einem Pfeil bewertet. So kann ja etwa eine Quelle für eine veränderten Zeitraum des Monitorings oder einem anderen Fokus im Monitoring durchaus relevant sein, für das hier vorliegende Monitoring aber nicht. Das Monitoring sollte ursprünglich für den letzten Monat durchgeführt werden. Da hier aber keine ausreichende Zahl an durchsuchbaren Beiträgen vorhanden war (siehe Quant letzter Monat), wurde es auf den

Zeitraum ab 01.01.2020 ausgedehnt. So ist noch eine ausreichende Aktualität gegeben, aber es finden sich auch genug Beiträge.

Für das Monitoring sollen konkret folgende Quellen herangezogen werden: Als Forum www.kaffee-netz.de, da hier eine gute inhaltliche Passung gegeben ist und eine entsprechende Zahl an Beiträgen vorhanden. Bei den Social Networks sollen die Google-Bewertungen der drei Van Dyck Standorte in Köln herangezogen werden. Daneben die Bewertungen auf der Van Dyck Facebookseite und zudem sollen auch die Kommentare dort nach möglichen wertenden Äußerungen durchsucht werden. Als Bewertungsplattformen sollen Yelp, Tripavisitor und Foursquare herangezogen werden. Außen vor bleiben die Facebookgruppen, da hier leider die Suche in den Gruppen nicht wirklich funktioniert und die Suche auf Grund der Vielzahl an Kommentaren sehr aufwendig ist. Auch bei Pinterest und Twitter steht der Suchaufwand auf Grund der Vielzahl an Posts nicht in Verhältnis zum Ertrag. Blogs sollen für dieses Monitoring komplett außen vorgelassen werden, da die Keyworddichte geringe ist, sie oft nicht in den gewählten Zeitraum fallen und auch sehr journalistisch unterwegs sind, wodurch nicht immer klar wird, ob es sich um eine Bewertung handelt. Sonstige Quellen wurden ebenfalls nicht genutzt, einerseits wegen zu wenig Keywords, andererseits auch wegen fehlender thematischer Passung und der auch schon ausreichenden Anzahl an vorhandenen guten Quellen. Auch der Instagram-Kanal von Van Dyck soll nicht genutzt werden, da sehr viel Content, kaum Möglichkeit, diesen zu durchsuchen und auch vergleichsweise wenig nutzbare Ergebnisse erwartet werden.

Leider mussten Yelp, Tripavisitor und Foursquare nachträglich doch aus der Analyse außen vor gelassen werden, da keine aktuellen Bewertungen dort vorlagen. Die Google Rezensionen wurde im Nachgang doch nur auf die Filiale in Ehrenfeld beschränkt, da hier doch eine größere Menge an Bewertungen als gedacht vorlag und sich zudem der Erkenntnisgewinn als eher beschränkt herausstellte. Diese erst während des Analyseprozesses ausgeschlossenen Quellen wurde mit einem nein mit Sternchen dahinter markiert.

**Quellen-Identifikation**
**Foren**

| Base-UGC-URL | Members | Postings | Threads | Quant Total | Quant Keyword „Van Dyck“ | Quant Anteil | Quant letzter Monat | Search Date | Relevance | Für Analyse verwendet? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| https://www.kaffee-netz.de | 50.437 | 1.828.444 | 113.773 | 182.000 | 139 | 0,08 % | 0 | 2021-07-27 | ↑ | ja |
| https://forum.glamour.de | k.A. | k.A. | k.A. | 99.600 | 1 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.bym.de | 40.761 | 5.933.177 | 100.614 | 162.000 | 1 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://forum.mods.de | k.A. | >13.000.000 | 52 | 122.000 | 5 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://www.kaffee-welt.net | 58.119 | 180.087 | 20.616 | 26.900 | 2 | 0,01 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://www.taschenlampen-forum.de/t | 20.106 | 1.038.038 | 72.645 | 44.000 | 1 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |

Tab. 4: Identifizierte Quellen - Foren

**Quellen-Identifikation**
**Social Networks**

| Base-UGC-URL | Quant Bewertungen | Quant Bewertungen letzter Monat | Quant Anteil | Search Date | Relevance | Für Analyse verwendet? |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Bewertungsplattformen** | | | | | | |
| https://www.facebook.com/vandyckroesterei/reviews/?ref=page_internal | 58 | 0 | - | 2021-07-27 | ↑ | ja |
| https://www.facebook.com/Van-Dyck-Rösterei-189465371847876/reviews/?r | 5 | 0 | - | 2021-08-05 | → | nein |
| Google Bewertungen Van Dyck Köln Ehrenfeld | 320 | 4 | 1,25 % | 2021-07-31 | ↑ | ja |
| Google Bewertungen Van Dyck Köln Mülheim | 152 | 6 | 3,95 % | 2021-08-01 | ↑ | nein* |
| Google Bewertungen Van Dyck Südstadt | 173 | 5 | 2,89 % | 2021-08-02 | ↑ | nein* |
| https://www.yelp.de/biz/van-dyck-rösterei-köln | 49 | 0 | - | 2021-08-04 | ↑ | nein* |
| https://www.yelp.de/biz/van-dyck-köln | 5 | 0 | - | 2021-08-04 | ↑ | ja |
| https://www.tripadvisor.de/Restaurant_Review-g187371-d10431778-Reviews- | 20 | 0 | - | 2021-08-02 | ↑ | nein* |
| https://de.foursquare.com/v/van-dyck-rösterei/4c20d7ef14bfef3b310942bc | 36 | 0 | - | 2021-08-02 | ↑ | nein* |
| https://www.golocal.de/koeln/kaffee/van-dyck-roesterei-9uH0p/ | 4 | 0 | - | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.avocadostore.de/brands/van-dyck | 1 | 0 | - | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| **Posts** | **Quant Posts Keyword „Van Dyck“** | **Quant letzter Monat** | | | | |
| https://www.pinterest.de | 341.000 | 295 | 0,09 % | 2021-08-04 | → | nein |
| https://www.facebook.com/groups/kaffeeundwein/?multi_permalinks=101612 | 2 | 0 | - | 2021-08-04 | ↓ | nein |
| https://www.facebook.com/groups/669110549959991/?multi_permalinks=184 | 98 | 3 | 3,06 % | 2021-08-04 | → | nein |
| https://www.facebook.com/groups/606571133119922/?multi_permalinks=122 | 30 | 2 | 6,67 % | 2021-08-04 | → | nein |
| https://www.facebook.com/groups/1487899808122941/?multi_permalinks=29 | 20 | 0 | - | 2021-08-04 | → | nein |
| https://www.facebook.com/groups/669289347088908/ | 8 | 0 | - | 2021-08-04 | ↓ | nein |
| www.twitter.com | 86.000 | 125 | 0,15 % | 2021-08-04 | → | nein |
| https://www.facebook.com/Van-Dyck-Rösterei-189465371847876/?ref=page_interna | - | 1 Kommentar | - | 2021-08-04 | ↑ | ja |
| https://www.youtube.com/channel/UCTartyb-EUO1PX4ODOHFXbA | 7 | 0 | - | 2021-08-01 | → | nein |
| https://www.instagram.com/vandyckroesterei/ | 670 | 29 | 4,33 % | 2021-08-05 | → | nein |

Tab. 5: Identifizierte Quellen – Social Networks

**Quellen-Identifikation**
**Blogs**

| Base-UGC-URL | Quant Total | Quant Keyword „Van Dyck“ | Quant Anteil | Quant letzter Monat | Search Date | Relevance | Für Analyse verwendet? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| https://berndgonzales.de/2013/04/van-dyck-kaffee/ | 1.470 | 4 | 0,27 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://11ie.de/van-dyck-roesterei-und-espressobar/ | 1.400 | 4 | 0,29 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://www.dreigang.net/2019/07/spaetstueck-c-o-van-dyc | 361 | 2 | 0,55 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://roester-guide.de/van-dyck-roesterei/ | 734 | 2 | 0,27 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.weneedcoffee.de/rstereien | 11 | 1 | 9,09 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.blog-leuk.de | 217 | 17 | 7,83 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://inventur-blog.de/perfektionist/kleine-kaffeeroesterei | 870 | 21 | 2,41 % | 0 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://schlemmeninkoeln.de/2018/08/22/der-grosse-kaffee | 342 | 3 | 0,88 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://ehrenfeldblog.de/kaffee-ehrenfeld-ehrenfeldblog | 8 | 3 | 37,50 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://maja-design.de/blogs/kaffee-mode-nachhaltigk | 81 | 1 | 1,23 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.23qmstil.de/2015/07/5-lieblingskaffeelaed | 1.420 | 1 | 0,07 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.sonahundsofern.com/2017/02/koeln-cafes | 660 | 1 | 0,15 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.pottspott.de/blog/tag/Coffeeshop+Duisbu | 1.440 | 45 | 3,13 % | 0 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://lamodeetmoi.de/das-cafe-walter-im-koelner-sue | 1.580 | 1 | 0,06 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.cafe-tour.de/2015/09/koln-monis-mohnkis | 36 | 2 | 5,56 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://europeancoffeetrip.com/hidden-but-sprouting-s | 5.870 | 7 | 0,12 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://zerowastelifestyle.de/kaeffchen/ | 464 | 1 | 0,22 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://folien-crew.de/hpuzu/van-dyck-kaffee-80a947 | 4 | 3 | 75,00 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://dreamsonaplate.com/van-dyck-kaffee/ | 140 | 4 | 2,86 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://vivaculinaria.wordpress.com/2015/08/13/warum | 559 | 40 | 7,16 % | 0 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://modbar.com/from-van-dyck-roastery-to-little-lin | 457 | 2 | 0,44 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.trafficdesign.de/blog/agentur/zurueck-im-k | 590 | 4 | 0,68 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| http://lisagoesinternet.de/fairer-kaffee-dank-gutem-gelc | 112 | 1 | 0,89 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://misslizloves.wordpress.com/tag/muelheim/ | 124 | 58 | 46,77 % | 0 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://opjueck.de/made-in-ehrenfeld-gin-kaffee-bonbo | 2.890 | 3 | 0,10 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| http://www.domschnecken.de/2013/09/01/van-dyck-le | 134 | 6 | 4,48 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://biohandel.de/kaffee-tee-kakao/worauf-es-beim- | 2.150 | 1 | 0,05 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.infoboard.de/sinnlicher-lebensbegleiter-ein | 20.600 | 2 | 0,01 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://www.bonner-kaffeeschule.de/blog/page/7/ | 1.110 | 2 | 0,18 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.timtie.de/so-geht-kaffeegenuss-ohne-kaps | 146 | 1 | 0,68 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| http://www.kleinischer.de/espresso/kaffeesorten.htm | 15 | 0 | - | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://www.moeyskitchen.com/2020/09/koeln-lieblings | 5.700 | 2 | 0,04 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |

Tab. 6: Identifizierte Quellen – Blogs

**Quellen-Identifikation**
**sonstiges**

| Base-UGC-URL | Quant Total | Quant Keyword „Van Dyck“ | Quant Anteil | Quant letzter Monat | Search Date | Relevance | Für Analyse verwendet? |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| https://www.falstaff.de/nd/das-sind-die-beliebtesten-kaffeeba | 343.000 | 1 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | ↓ | nein |
| https://roestfrisch.com/van-dyck-roesterei.html | 899 | 4 | 0,44 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |
| https://www.foodyas.com/DE/Cologne/214383761917788/Va | 4.740.000 | 363 | 0,01 % | 0 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://www.kaffeevollautomaten.org/roestereien/van-dyck-ro | 37.100 | 4 | 0,01 % | 0 | 2021-07-31 | ↓ | nein |
| www.kaffeesnobs.de | 50 | 1 | 2,00 % | 0 | 2021-07-31 | ↓ | nein |
| https://de.restaurantguru.com/Van-Dyck-Rosterei-Cologne | 3.190.000 | 311 | 0,01 % | 18 | 2021-08-02 | ↑ | nein |
| https://de.top10place.com/van-dyck-rosterei-1762906531.htr | 1.950.000 | 27 | 0,00 % | 0 | 2021-08-02 | → | nein |

Tab. 7: Identifizierte Quellen – sonstiges

## 3.4 Analyse

Als Analysemethode wurde eine qualitative intellektuelle Analyse gewählt. Dabei handelt es sich in dem Sinne um eine Vollerhebung, dass auf den gewählten Plattformen alle gefundenen Posts in das Mastersheet übertragen wurden. Diese wurde gewählt, um ein umfassendes Bild über den gewählten Untersuchungszeitraum zu erhalten. Da sich bei der Relevanzbewertung schon gezeigt hat, dass sie Auswahl an nutzbaren Quellen doch sehr eingeschränkt ist, ist eine Vollerhebung hier durchaus möglich. Das Analyse-Cluster sieht dabei folgendermaßen aus:

Bei den Beiträgen wurde zuerst klassischerweise die URL, der Titel bzw. der Thread, die Quelle, der User und das Datum erfasst. Da viel mit Google-Bewertungen gearbeitet wurde, wurde auch die bewertete Anzahl an Sternen erfasst. Zudem, ob und wie über Espresso oder Filterkaffee gesprochen wurde und ob es um eine bestimmte Sorte ging. Auch Äußerungen über Geschmack, Preis, Umwelt/Fairtrade, Verpackung, Regionalität, Werbung und sonstiges wurde erfasst. Critical Content wurde, falls vorhanden, markiert und es gibt eine kurze Zusammenfassung mit Keywords. Unten anbei ein Ausschnitt aus dem Monitoring-Master-Sheet, dass in voller Länge auch dem Casebook beiliegt.

**Monitoring - Van Dyck**

p positiv n negativ o neutral CC = Critical Content

| URL | Title/Threat | Source | User | Date | Anzahl Sterne | Espresso | Filterkaffee | best. Sorte (angeben welche) | Geschmack | Preis | Umwelt / Fairtrade | Verpackung | Regionalität | Werbung | Sonstiges | CC | Zusammenfassung |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Je No | 04.08.2021 | 5 | | | | p | | | | | | p | | Bar+Service |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Jarne lol | 19.08.2021 | 5 | p | | Adorno | p | | | p | | | p | | Refill |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Maike Kreftin | 19.08.2021 | 5 | | | | p | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Andre Kötting | 05.07.2021 | 5 | | | | p | | | | | | p | | Bedienung |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Karan Dhinds | 05.07.2021 | 4 | | | | | | | | | | p | | Beratung, Personal |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Matt Moe (ma | 5.6.2021 | 5 | | | | p | | p | | | | p | | Beratung, personal |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Nala Hemmel | 5.6.2021 | 5 | | | | p | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Thomas Schn | 5.6.2021 | 5 | p | | | | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Toto | 5.6.2021 | 5 | | | | | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Oliver Schöne | 5.5.2021 | 5 | | | | | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | P- | 5.4.2021 | 5 | | | | | | | | | | p | | Auswahl |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | AH M | 5.4.2021 | 5 | | | | p | | | | | | p | | Service |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Heike Schnei | 5.4.2021 | 4 | | | | | | | | | | p | | Auswahl |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Sören T | 5.4.2021 | 5 | | | | | | | | | | | | |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Stefan Spang | 5.4.2021 | 5 | | | | p | | | | | | p | | freundlich |
| https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=van+dyck+ehrenfeld&ie=UTF-8&oe= | | Social Networks | Kristin Eller | 5.3.2021 | 5 | | | | | | | | | | p | | Qualität |

Tab. 8: Ausschnitt aus dem Monitoring-Master-Sheet

## 3.5 Report

Es wurden 130 Beiträge aus drei Quellen analysiert. Von diesen stellen 70 auch einen inhaltlichen Bezug zum untersuchten Produkt her, bei 60 handelt sich sich um reine Sterne-Bewertungen oder Erwähnungen (siehe Abb. 1 bezüglich des prozentualen Anteils). Untersucht wurde der Zeitraum vom 01.01.2020 bis 05.08.2021. Beliebte Themen sind dabei Bedienung/Personal/Service, aber auch Auswahl und Beratung. Da das Ziel sein soll, die Rezension der Produkte im Web zu analysieren und dabei auch zu erfahren, was gut gemacht wird bzw. noch besser gemacht werden könnte, sollen dabei folgende Kennzahlen genutzt werde: Die Sterne-Bewertung, die Themen, die positiv oder negativ erwähnt werden nach dem Mastersheet und solche, die darüberhinaus vorkamen (Notiz unter Zusammenfassung) und der Ort, wo darüber gesprochen wurde.

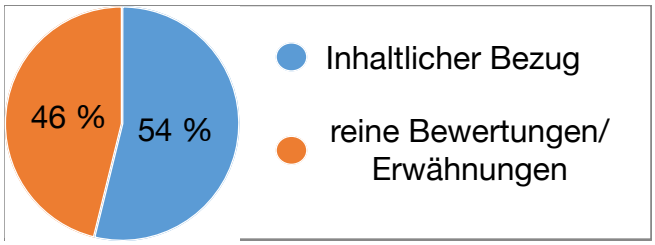


Abb. 1: Prozentualer Anteil der Quellenarten

**Google-Bewertungen: Sehr positiv, oft aber reine Sternevergabe**

Bei den Google-Bewertungen, beispielhaft für den Standort in Ehrenfeld, fällt auf, dass diese sehr positiv ausfallen: Von 94 Bewertungen wurden 73 mal 5 Sterne (rund 78 Prozent), 16 mal 4 Sterne (17 Prozent), 2 mal 3 Sterne (2 Prozent) und 3 mal 2 Sterne (3 Prozent) vergeben. 45 Mal konnten allerdings keine inhaltlichen Aussagen getroffen werden, meist schlichtweg deshalb, weil es sich um eine reine Vergabe von Sternen handelte.

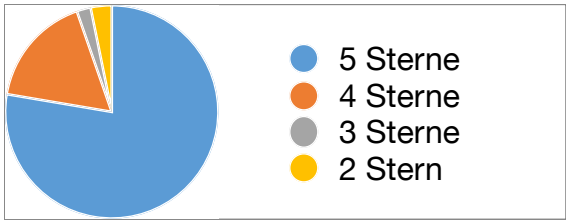


Abb. 2: Anteil der Sternebewertungen

**Sonstige Themen stark vertreten**

Allgemein ist bei den erhobenen Eigenschaften 56 Mal der Geschmack Thema, davon nur viermal negativ und sonst immer positiv. Die Umwelt wird sechsmal thematisiert, die Verpackung dreimal, der Preis zweimal und die Regionalität einmal. Über Werbung wird gar nicht gesprochen. Sonstige Themen sind mit 37 mal sehr stark vertreten. Bedienung, Personal und Service werden dabei oftmals positiv hervorgehoben, aber auch Auswahl und Beratung (siehe auch Abb. 3; Bedienung, Personal und Service werden dabei mit BPS abgekürzt). Wird konkret über den Kaffee gesprochen, dann wenn über den Espresso und das genau 12 Mal und nur positiv. Einmal ist der Filterkaffee Thema. Mit BLick auf die einzelnen Sorten wird über Adorno siebenmal gesprochen, über Ehrenfelder und Herzblut je zweimal und über Robusta, Horkheimer und die 10th Anniversary Edition je einmal.

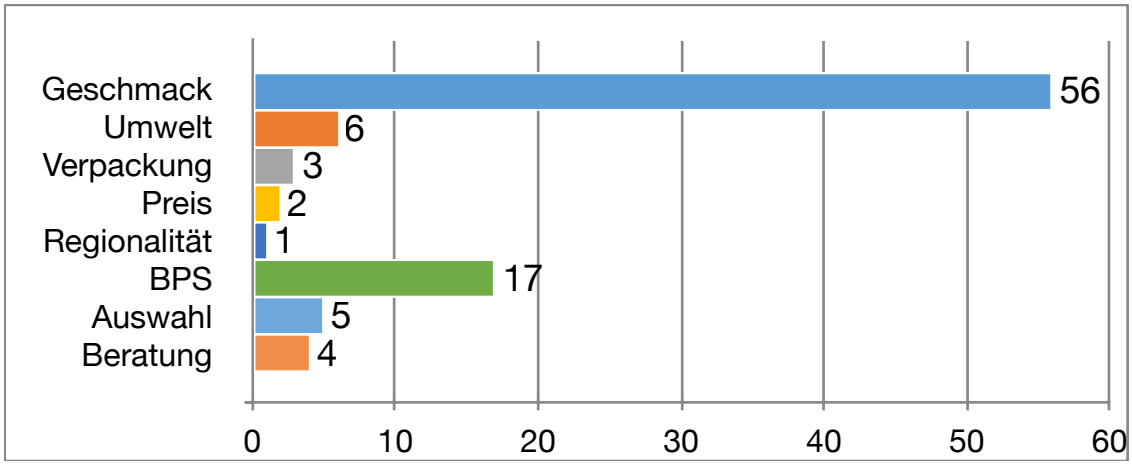


Abb. 3: Vertretene Themen

**Forum: Klare Meinungsführer, potentiell kritischer**

Bei dem untersuchten Forum gibt es mit dem User Yoku-San, der 9 der 28 Beiträge dort ausmacht, einen ganz klaren Meinungsführer. Auf Platz zwei dahinter folgt Santelmo mit vier Beiträgen. Auch der prozentual hohe Satz an kritischen Kommentaren ist hier auffällig. „Überbewertet“, „überröstet“ und „zu präsente Röstearomen“ sind die Kommentare der drei kritischen User hier. Sonst handelt es sich bei den Posts zu Van Dyck oftmals nur um reine Erwähnungen, diese machen mit 13 von 28 fast die Hälfte aller erhobenen Posts dort aus. Man erfährt von den Usern zwar oft, dass sie Van Dyck Kaffee nutzen, aber nicht warum. Zwei Beiträge stechen dabei heraus, da diese sich auch inhaltlich mit dem Kaffee auseinandersetzen, beide auch von den zwei Meinungsführern des Forums:

Abb. 4: Kommentar des Users Yoku-San

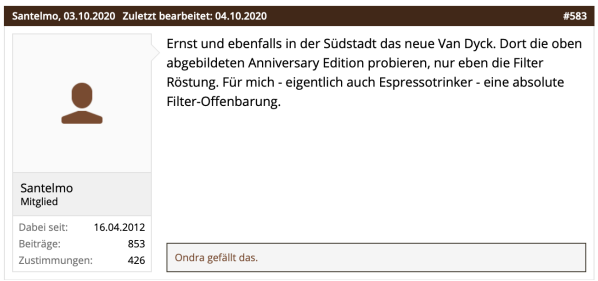


Abb. 5: Kommentar des Users Santelmo

**Allgemein wenig Kritik**

Allgemein finden sich kritische Bewertungen mit inhaltlichem Bezug selten und wenn werden dann oft mit Bezug auf sehr subjektive Dinge wie den Geschmack. Zudem geht die Kritik einen bestimmten Punkt betreffend meist von einer Einzelperson aus, die dann etwa die variierende Freundlichkeit des Personals, die Selbstgefälligkeit oder das Tische nicht schnell genug abräumt kritisiert (das Personal und der Service kommt sonst nämlich allgemein sehr gut an). Einzig zwei Punkte kann man bei den Kritiken als Learning mitnehmen: Das sind zum einen die kurzen Öffnungszeiten und zum anderen die begrenzte Anzahl an Sitzplätzen.

## 4. Fazit

**Zusammenfassend** kann man sagen: Es wird im Internet positiv über Van Dyck und den Kaffee dort gesprochen, allerdings zu wenig und zu wenig inhaltlich. Eine Phrase, die immer wieder fällt, ist „leckerer“ oder „guter Kaffee“, warum er gut oder lecker ist, erfährt man aber in den seltensten Fällen. Mit gemischten Gefühlen ist festzuhalten, dass Van Dyck auch unter Kaffee-Liebhabern (so werden die Benutzer des Kaffee-Forums hier gesehen) genutzt wird, man dort aber auch zu selten erfährt, was genau denn an dem Kaffee so gut ist und es auch immer wieder zu kritischen Äußerungen kommt.

Als **Handlungsempfehlung** wird Folgendes empfohlen: Im Web ist bekannt, dass der Kaffee von Van Dyck gut ist, aber nicht warum. Auch die Eigenschaften, die die Marke ausmachen und die Menschen auch damit verbinden sollen, wie etwa, dass es sich um Bio-Fairtrade-Kaffee aus Köln in hippen blauen Tüten handelt, ist selten Thema. Da die Seite von Van Dyck selbst sehr gut gerankt ist, würde sich hier empfehlen, ein Bewertungssystem einzubauen. Jeder, der im Laden oder Online Kaffee von van Dyck gekauft hat, kann da dann seine Bewertung hinterlassen. Das macht nicht nur im Hinblick darauf Sinn, zu erfahren, welche Sorte gut ist oder nicht, sondern auch, welche Sorte für wen etwas ist, wie schmeckt und mit welcher Zubereitung den bestmöglichen Geschmack erreicht.

**Reflektiert** lässt sich sagen, dass ein manuelles Monitoring für den gewählten Themenbereich vielleicht nicht die beste Wahl war. Es finden sich kaum Quellen und wenn dann setzen sich diese kaum inhaltlich mit dem Kaffee von Van Dyck auseinander. Damit sind die gemachten Erkenntnisse auch nur bedingt aussagekräftig und für das Ziel, eine umfassende Bewertung der Kaffeetrinker für den Kaffee zu erhalten, wäre eine Umfrage sicherlich besser geeignet. Andererseits ist vielleicht das auch eine Erkenntnis: Es gibt online kaum inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Kaffee von Van Dyck und daran sollten sie etwas dran ändern.

Mit Blick auf das gesamte Projekt kann ich **persönlich** sagen, dass es doch anspruchsvoller war als im ersten Moment gedacht. Alles, was mit dem Web zu tun hat, macht mir als studierter Online-Redakteur unheimlich Freude, trotzdem war hier doch die ein oder andere kleine Herausforderung dabei: Wie formuliere ich das Ziel passend, was können Keywords sein, wie kombiniere ich diese passend, um a) strukturiert vorzugehen, b) alles abzudecken und c) aber auch nicht mehr Arbeit zu haben als hierfür nötig? Die Quellen waren gut zu finden, leider stellten sich die meisten dann wegen Veralterung als nutzlos heraus, das war doch sehr enttäuschend.

Die Einordnung der Posts war auch nicht so einfach, wie man vielleicht denkt, ab wann gilt etwa eine Äußerung schon als Wertung? Spaß hat es trotzdem auch gemacht. Ich denke ich werde gerade für spätere Webrecherchen einiges mitnehmen, auch wenn ein Monitoring in meiner beruflichen Laufbahn vermutlich das nächste mal dann technisch unterstützt ablaufen wird.