

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Begrüßung durch den Präsidenten des Statistischen Bundesamtes</b> .....	9
<b>Hartmut Scheffler</b>	
Soziale Medien	
Einführung in das Thema aus Sicht der Marktforschung .....	13
<b>Martin Welker und Andrea Kloß</b>	
Soziale Medien als Gegenstand und Instrument sozialwissenschaftlicher	
Forschung .....	29
<b>Christian Stegbauer</b>	
Wissenschaftliche Aspekte der Datenqualität .....	53
<b>Markus Strohmaier und Maria Zens</b>	
Analyse Sozialer Medien an der Schnittstelle zwischen Informatik und	
Sozialwissenschaften .....	73
<b>Dirk Steffen</b>	
Verknüpfung von Daten aus Sozialen Medien mit klassischen	
Erhebungsmethoden .....	97
<b>Marina Hennig</b>	
Aspekte der Stichprobenqualität	
Die Rekrutierbarkeit von Zielgruppen .....	111
<b>Annette Pfeiffer</b>	
Amtliche Statistik und Soziale Medien	
Soziale Medien sind auch Informationskanäle .....	127
<b>Thomas Rahlf und Katrin Weller</b>	
Visualisierung großer Datenmengen aus Social Media Diensten .....	137

*Olaf Hofmann*

Methoden des Social Media Monitoring ..... 161

*Carolin Kaiser*

Soziale Medien als Mittel der Produktgestaltung (Co-Creation) ..... 171

*Ralf Tschewinka*

Soziale Medien – Gegenstand und Instrument der Forschung

Rechtliche Aspekte ..... 195

Adressen der Referentinnen und Referenten ..... 239