Social Media-Analyse zum Handelskrieg: Die Nutzer zeigen sich besorgt

- **VICO Research & Consulting analysiert rund 27.000 Social Media-Beiträge zum Handelskrieg**
- **Die Mehrzahl der Nutzer äußert sich negativ über die Entwicklungen und Auswirkungen des Konflikts auf Europa**
- **Einige sehen im Handelsstreit eine Chance für europäische Exporte nach China**

Leinfelden-Echterdingen, 09. August 2018 – Der Handelskrieg zwischen der EU und der USA beherrscht die Schlagzeilen seit Wochen und regelmäßig äußern sich Politiker und Wirtschaftsgrößen zu dem Thema. Doch was denken eigentlich die Nutzer im Netz über die wirtschaftliche Auseinandersetzung zwischen den Nationen? Deutschlands führendes Unternehmen für Social Media-Monitoring und -Analyse, VICO Research & Consulting (www.vico-research.com), hat rund 27.000 Social Web-Beiträge zum Handelskrieg analysiert. Das Ergebnis: Der Handelskrieg wird im Netz überwiegend negativ wahrgenommen und mit Sorge betrachtet.

Insgesamt rund 87 Prozent aller analysierten, wertenden Beiträge waren negativer Natur. Viele Nutzer äußern die Angst, dass sich der weltweite Konflikt stark auf die europäische Wirtschaftslage auswirkt und eventuell sogar zu einem echten Krieg oder zur Spaltung der EU führen wird. Andere kritisieren, dass Themen wie die Flüchtlingskrise mehr im Fokus der medialen Berichterstattung stünden als der Handelskrieg.

Weniger als 13 Prozent der Nutzer bewerten die wirtschaftliche Auseinandersetzung mit Amerika hingegen positiv und sehen darin eher eine Chance für Europa, die Beziehungen zu China auszubauen und zu stärken. Auch über die Auswirkungen auf den Aktienmarkt werden viel diskutiert - einige User spekulieren auf die Kurse und erhoffen sich einen guten Handel.

Einführung der Strafzölle sorgt für Aufruhr unter den Nutzern

Den Höhepunkt erreichte die erfasste Kommunikation am 06. Juli mit über 3.000 Beiträgen. An diesem Tag traten Sonderzölle der USA auf Importe aus China in Kraft und markierten damit den Beginn des weltweiten Handelskriegs. Weitere Peaks in der Kommunikation erfolgten am 15. Juni mit knapp 2.000 Beiträgen – Ankündigung der EU-Strafzölle auf amerikanische Waren – und am 19. Juni. Mit rund 2.2000 Einträgen kommentierten Nutzer zu diesem Zeitpunkt die Erhebung der Vergeltungszölle der EU und die Eskalation im Handelsstreit zwischen Amerika und China.

Marc Trömel, Geschäftsführer von VICO Research & Consulting, kommentiert die Analyse:

“Der Handelskrieg hat den Bürger erreicht und ist nicht mehr nur Politikum oder Medienthema. Dennoch bleiben die medialen Trigger das auslösende Moment für User sich zur Sache zu äußern – wenig überraschend von Sorge geprägt. Neben einigen wenigen, die opportunistisch die Gelegenheit nutzen, setzt die Mehrheit das Signal bzw. den Wunsch nach einem schnellen Ende des Konflikts. Denn letztlich fühlen sie sich jetzt schon als diejenigen, die die Auswirkungen des Zoll-Streits direkt trifft, wenn sie erwarten, dass die Unternehmen die erhöhten Kosten am Ende in Form von Preiserhöhungen einfach weiterreichen.“

Um die Netz-Stimmen zum Handelskrieg zu analysieren, hat VICO Research & Consulting zwischen dem 10. Juni 2018 und dem 10. Juli 2018 rund 27.000 öffentliche Beiträge erfasst und ausgewertet.

Die Beiträge stammen aus dem Mikroblog Twitter, sozialen Netzwerken wie Facebook oder Google+, Blogs, Foren, sowie News-, Q&A-, Video- und Bild-Portalen.

Über VICO Research & Consulting

VICO Research & Consulting (www.VICO-research.com) ist das führende Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring für den Mittelstand und Konzerne in Deutschland. Als Spezialist für Social Big Data-Anwendungen bietet VICO Research & Consulting Unternehmen Lösungen, um Branchentrends, Stimmungen, Potentiale und Krisen frühzeitig zu erkennen und Chancen voll auszuschöpfen. Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, Live-Marktforschung zu betreiben und fundierte Entscheidungen auf hochwertigen Datengrundlagen zu treffen.

VICO Research & Consulting wurde 2005 in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart gegründet und beschäftigt knapp 80 feste Mitarbeiter. Neben Monitoring-Leistungen bietet VICO Research & Consulting seinen Kunden auch individuelle Social Media-Analysen und darauf basierende Strategien für Social Media-Management und digitales Marketing an. Seine Expertise lässt VICO Research & Consulting unter anderem auch in Kooperationen mit renommierten wissenschaftlichen Institutionen wie dem Zentrum für künstliche Intelligenz und dem Fraunhofer Institut einfließen.

Pressekontakt: Nils Leidloff | nils.leidloff@tonka-pr.com | +49.30.27595973.16