

**Studiensteckbrief**

# **Studie MDAX Unternehmen auf Facebook 2013**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2013



**research tools**

Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief Studie MDAX-  
Unternehmen auf Facebook 2013

# Informationen zur Studie

## Key facts (Auswahl):

- Hauptziel der Social Media Aktivitäten der MDAX-Unternehmen ist, über das eigene Profil für das Image zu werben und PR zu betreiben.
- Die Unternehmen nutzen die vielfältigen Möglichkeiten der individuellen Ausgestaltung des Profils auf Facebook in unterschiedlicher Breite und Tiefe. Mit Hilfe von Applications gibt es neben Standard Applications wie Info und Foto auch die Möglichkeit, spezielle Features zu generieren.
- Die Anzahl der Fans variiert zwischen rund 400 und über 60.000 Personen. Die Kommunikationshäufigkeit, der Inhalt und die Tonalität der Fanbeiträge unterscheidet sich deutlich.
- Die Aktivitätsindex umfasst die Anzahl der Beiträge, Kommentierungen, Liken und Teilen. Die Unternehmen erreichen hierbei sehr unterschiedliche Werte.
- Fotos, Links und Statusmeldungen werden am häufigsten von den Unternehmen gepostet. Dabei wird mit Fotos die höchste Fanresonanz erzielt.
- Fünf der Unternehmen haben ein spezielles Social Media Team, dass sich um die Facebookseite kümmert und auch dort direkt vorgestellt wird.

# Informationen zur Studie

## Sie möchten wissen:

- welchen Aktivitätsindex einzelne MDAX-Unternehmen auf Facebook aufweisen?
- was die Ziele der Facebook-Aktivität der einzelnen Unternehmen sind?
- welche Präsenz und Profilgestaltung die Unternehmen haben?
- welche Themenschwerpunkte auf den einzelnen Seiten überwiegen?
- welche Seite den meisten Traffic aufweist?
- wie der Fanzuwachs pro Monat ausgeprägt ist?
- wie die Tonalität der Fanbeiträge ist?
- welchen Rankingwert die einzelnen Unternehmen einnehmen?

## Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Social Media Plattform Facebook erhoben wurden. Die Datenerhebung für die im Detail analysierten Unternehmen erfolgte am 06.04.2013. Es wurden Pinnwandeinträge von 01.04.12 bis zum 31.03.13 erhoben und miteinbezogen. Etwaige Änderungen durch Löschen von Postings durch Unternehmen oder Facebook bleiben unberücksichtigt.

Die Facebook Präsenz wurde im Hinblick auf den Beginn der Präsenz, die Profilgestaltung, die Nutzung der Seite, Aktivitätsniveau der Unternehmen und Fans sowie die Tonalität der Beiträge analysiert und bewertet.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Zentrale Kennzahlen	14
➤ Profilaufbau	17
▪ Präsenzdauer	20
▪ Beginn der Facebook-Aktivität	21
▪ Informationen	22
▪ Apps auf den Profilseiten	23
▪ Apps-Highlights	36
➤ Marketingziele	38
▪ Marketing auf der Pinnwand	41
▪ Marketing mit Apps	42
➤ Fans	43
▪ Informationen Fans	45
▪ „Sprechen darüber“	47
▪ Fanquote	48

# Inhaltsverzeichnis

➤ Traffic und Engagement	49
▪ Traffic	53
▪ Engagement der Unternehmen	55
▪ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	58
▪ Aktivitätsindex und Interaktionsquote	64
➤ Themen	68
▪ Art der Postings	71
▪ Fanreaktion auf Postings	73
▪ Art der Themen	74
▪ Fanreaktion auf Themen	78
▪ Highlights	80
➤ Ranking	90
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je MDAX Unternehmen	103
➤ Kontakt	114

# Beispielseiten (1)

## Zentrale Kennzahlen

Zentrale Kennzahlen der MDAX-Unternehmen auf Facebook

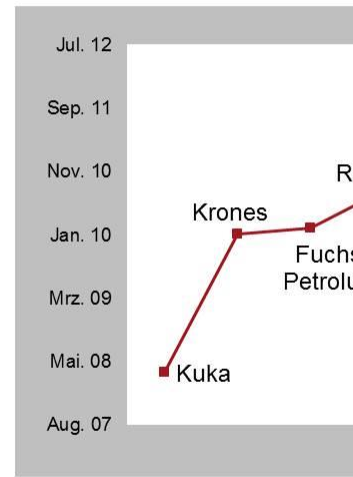
Unternehmen	Fans	„Sprechen darüber“
Aurubis		
EADS		
ElringKlinger		
Fuchs Petrolub		
Krones		
Kuka		
Leoni		
MAN		
MTU Aero Engines		
Rational		

Quelle: Profilseiten auf Facebook, zusammengestellt durch



**Profilaufbau**  
Präsenzdauer

**Beginn der Facebook-Aktivität**

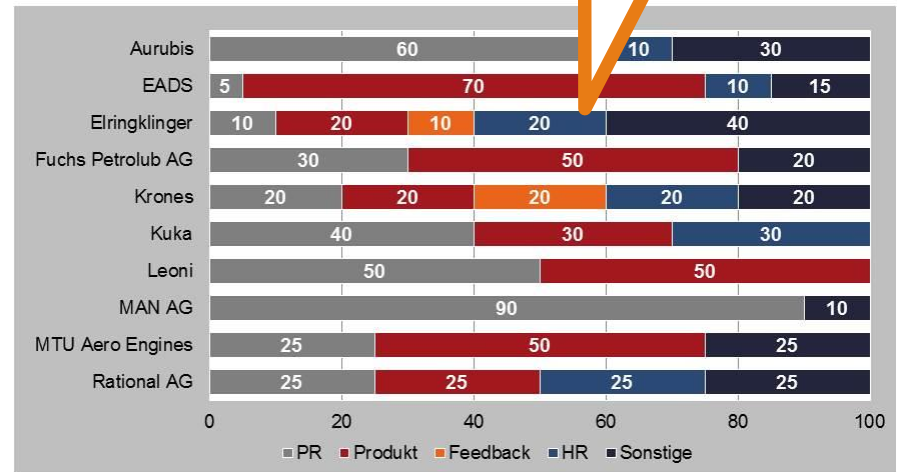


**Welche Marketingziele werden in welchem Umfang verfolgt?**

## Marketingziele

Marketingziel des Pinnwanddialogs

Marketingziel des Pinnwanddialogs (Angaben in %)



Quelle: Profilseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie MDAX-Unternehmen auf Facebook 2013

**Welche Unternehmen sind bei den zentralen Kennzahlen führend?**

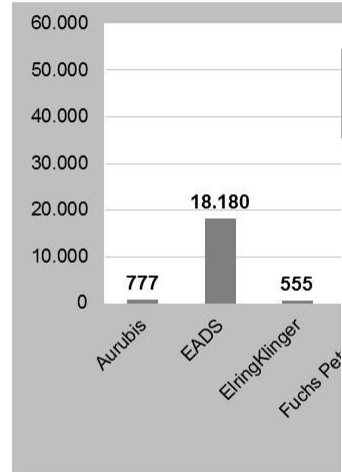
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

# Beispielseiten (2)

## Fans

Zahl der Fans

Anzahl der Fans



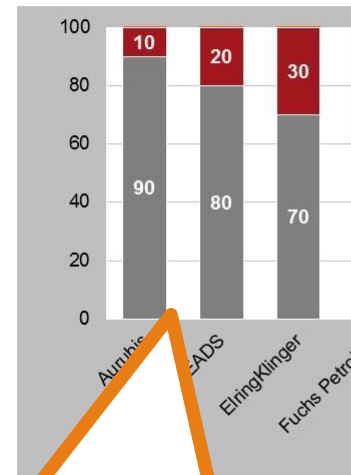
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch



## Traffic und Engagement

Engagement der MDAX Unternehmen

Aufteilung der Postings in Beiträgen und Comments Unternehmen (Anzahl)



Wie hoch sind Traffic und Engagement auf den unterschiedlichen Profilen?

## Traffic und Engagement

Traffic

Traffic

Unternehmen	Posting	Beitrag	Comment	Posting Like	Comment Like	Shared View
Aurubis	123	99	22	666	22	11
EADS	321	55	333	8.888	55	1.111
ElringKlinger	33	11	44	222	1	9
Fuchs Petrolub	88	33	55	999	22	11
Krones	333	22	555	4.444	321	123
Kuka	456	65	654	3.333	123	876
Leoni	777	44	55	666	4	444
MAN	123	66	456	10.101	100	2.222
MTU Aero Engines	55	44	33	222	11	99
Rational	789	66	123	999	44	456

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie MDAX-Unternehmen auf Facebook 2013

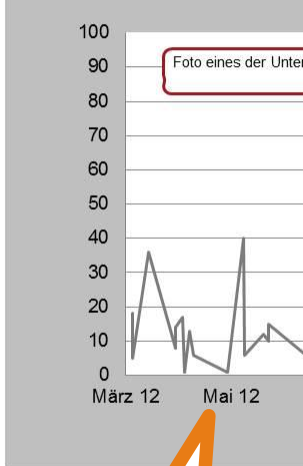
Wie ist die Aufteilung zwischen Beiträgen und Comments bei den Postings?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

# Beispielseiten (3)

Themen  
Highlights

Aktivitätsindex Aurubis



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools



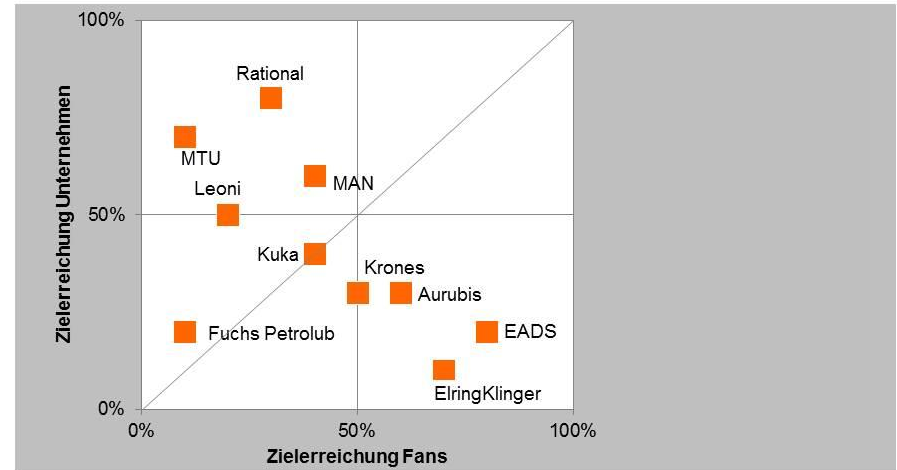
Information über  
Rekordstand der Aktie

Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen für MDAX Unternehmen

MAN
Fans
Sprechen darüber
Aktivität in Monaten
Zielerreichung der Marketingziele
Themen
Aktivität der Unternehmen
Aktivität der Fans
Interaktion der Unternehmen
Interaktion der Fans
Anteil positiver Fanpostings in %
Anteil negativer Fanpostings in %
Anteil neutraler Fanpostings in %

Ranking

Ranking – Unternehmen vs. Fans



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.03.2013)



Studie MDAX-Unternehmen auf Facebook 2013

Welche Stärken und Schwächen im Profil lassen sich zusammenfassend aufzeigen?

Wie entwickelt sich der Aktivitätsindex über den Zeitraum?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 - 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. MwSt. die **Studie MDAX-Unternehmen auf Facebook 2013**.

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Unterschrift:

---

Datum/Ort:

---

# Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,  
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung  
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,  
E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**research tools**

Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Weitere jüngste Studien:

- Studie Managementberatungen auf Facebook 2013 (Juni 2013)
- Studie Google+ für Automobilmarken 2013 (Mai 2013)
- Studie Banken auf Facebook 2012 (August 2012)
- Studie Versicherungen auf Facebook 2012 (August 2012)