

BASE+++blau.de+++Congstar+++Fonic+++Klarmobil+++myMTVmobile+++NetCologne+++O2 Deutschland
+++Simyo+++Vodafone Deutschland+++BASE+++ blau.de+++Congstar+++Fonic+++Klarmobil+++myMTVm



Studiensteckbrief
Studie Facebook
Mobilfunkanbieter 2011
erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar
Dezember 2011

©slaystorm/123RF.COM

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl)

- Einer der zehn analysierten Mobilfunkanbieter ist bereits **seit knapp drei Jahren** auf der Plattform aktiv. Der jüngste Facebookeinsteiger besitzt erst seit 11 Monaten ein Profil.
- Der Anbieter mit den meisten Fans besitzt **über 280.000 Anhänger**.
- Einer der analysierten Mobilfunkanbieter hat im Schnitt **monatlich über 9.000 Fans** neu gewonnen. Der Anbieter mit der geringsten Fanquote schafft eine Neurekrutierung von im Schnitt rund 500 Freunden pro Monat seit Aktivitätsbeginn.
- Der Anbieter unter den zehn Analysierten mit dem meisten Traffic auf dem Profil verzeichnet über **7.500 Postings** im Untersuchungszeitraum. Das Unternehmen mit dem geringsten Buzz erreicht hingegen lediglich 170 Postings.
- Bei neun der zehn analysierten Mobilfunkanbieter handelt es sich bei den Postings überwiegend um **Produktfeedback** der Fans.
- Bei sechs der zehn Anbieter **überwiegt der Anteil der Fanpostings mit negativer Tonalität** den Anteil der positiven Beiträge und Kommentierungen.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen:

- Welche Mobilfunkanbieter auf Facebook aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Anbieter aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Fans Ihre Konkurrenten auf Facebook haben?
- Wie aktiv Ihre Konkurrenten und deren Fans in der Community sind?
- Wie die Stimmung gegenüber Ihrem Unternehmen und der Konkurrenz auf Facebook ist?
- Wofür die Konkurrenz die Plattform nutzt?

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Plattform Facebook erhoben wurden. Analysiert werden die offiziellen Profilseiten von zehn Mobilfunkanbietern, die aufgrund ihres Marktanteils, ihrer hohen Anzahl an Fans auf der Plattform oder Besonderheiten im Profil oder der Positionierung ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Anbieter:

Informationen zur Studie (3)

Die analysierten Unternehmen



BASE
Blau Mobilfunk
Congstar
Fonic
Klarmobil

myMTVmobile
NetCologne
O2 Deutschland
Simyo
Vodafone Deutschland



Quelle: Profilseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 25.10.2011)

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Facebookpräsenz der Mobilfunkanbieter in Deutschland– Seiten und Fans
- Detailanalyse der zehn Anbieter:
 - Profilaufbau
 - Profilnutzung für Marketingzwecke
 - Startzeitpunkt der Aktivität und Einstiegsaktionen
 - Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
 - Traffic auf den Seiten
 - Quantitative Aktivität der Anbieter und Fans
 - Tonalität der Fanbeiträge

Die Ergebnisse der Unternehmen werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jeden Anbieter zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgegeben.

Informationen zur Studie (5)

Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei auf CD ausgeliefert.

Die rund 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Der Herausgeber:

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in Esslingen am Neckar hilft Unternehmen dabei, die Erkenntnisse aus neuen Marktforschungsmethoden mit den Unternehmensprozessen zu verzahnen und umsetzungsstarke Werkzeuge zu entwickeln.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Überblick- Facebookpräsenz der Mobilfunkanbieter in Deutschland	12
➤ Profilfeatures	19
➤ Marketingziele	26
➤ Start Facebookpräsenz	29
➤ Traffic und Engagement	37
➤ Traffic	41
➤ Engagement der Unternehmen	43
➤ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	45
➤ Aktivitätsindex	49
➤ Ranking	52
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Anbieter	60
➤ Kontakt	72

Beispielseiten (1)

Auf welche Profilfeatures setzen Ihre Wettbewerber?

Management Summary

- In Relation zur Aktivitätsdauer steht Unternehmen 7 auf Platz eins mit einer Fanquote von 9.481 Fans pro Monat Präsenz. Auf Platz zwei folgt Unternehmen 9 pro Aktivitätsmonat und auf Rang drei kommt Unternehmen 2 mit 3.930 Fans. Die Aktivitätsdauer schafft auch hier Unternehmen 5 mit nur 246 Fans pro Monat die höchste Rekrutierungsquote.
- Die Profilleite mit dem meisten Traffic weist Unternehmen 3 auf. Auf Platz zwei folgt Unternehmen 9 mit 1.042 Postings. Mit 1.164 Postings befindet sich Unternehmen 5 auf Platz drei. Unternehmen 5 verzeichnet den geringsten Traffic auf Ihrer Profilleite.
- Das Unternehmen mit den meisten Postings auf Unternehmensseite ist Unternehmen 5. Die Zahl der Kommentierungen über Beiträge liegt es auf Platz eins. Die Zahl der Kommentierungen über Beiträge deutlich. An zweiter Stelle folgt Unternehmen 3 mit 246 Postings. Überwiegen ebenfalls die Kommentierungen. Auch Unternehmen 2, auf Platz drei belegt, kommentiert (127) mehrheitlich. Das am wenigsten aktiv kommentierte Unternehmen ist Unternehmen 5 mit elf Postings. Die Verteilung zwischen Kommentierungen und Likes ist mit fünf zu sechs nahezu ausgeglichen.
- Die Fans mit dem höchsten Engagement hat wiederum Unternehmen 7. Die Fans des Unternehmens auf der Seite hinterlassen, wobei Kommentare die Zweitaktivsten sind die Weltbild-Fans mit 1.100 Postings. Im Vergleich zu Unternehmen 7 im Untersuchungszeitraum auch auf Beiträge am zweithöchsten Posting Likes, Comment Likes und Beiträge werden von Unternehmen 7. Das Engagement der Fans auf den dritten Platz. Unternehmen 5 hat im Untersuchungszeitraum wurden nur sechs Kommentierungen abgefragt.



Profile features

Features auf den Profilleiten

Unternehmen	Info	Pinnwand	Fotos	Videos	Gewinnspiele	Veranstaltungen	Diskussionen	Sonst. Features	Summe
Unternehmen 1	x	x	8	-	-	-	-	3	8
Unternehmen 2	x	x	27	3	-	-	-	6	10
Unternehmen 3	x	x	111	33	-	-	-	5	9
Unternehmen 4	x	x	570	10	-	-	-	5	9
Unternehmen 5	x	x	37	2	-	-	-	3	7
Unternehmen 6	x	x	141	3	x	-	-	2	7
Unternehmen 7	x	x	141	43	-	-	-	6	10
Unternehmen 8	x	x	51	-	-	x	x	2	7
Unternehmen 9	x	x	48	12	x	x	-	5	11
Unternehmen 10	x	x	117	5	-	x	x	8	14

Quelle: Profilleiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 07.07.2011)



Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (2)

Nutzt der Wettbewerb die Marketingpotenziale der Plattform?

Marketingziele

Marketing Verwendungszwecke der Profile (Postings auf der Pinnwand nach Ziel)

Unternehmen	PR	Vertrieb	Product-(launch)	Produktfeedback
Unternehmen 1	7 (23,3%)	17 (56,7%)	8 (20,0%)	0 (0,0%)
Unternehmen 2	34 (57,6%)	7 (11,9%)	0 (0,0%)	8 (13,5%)
Unternehmen 3	59 (33,7%)	4 (2,3%)	1 (0,6%)	64 (38,4%)
Unternehmen 4	5 (45,5%)	8 (54,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Unternehmen 5	16 (80,0%)	1 (5,0%)	0 (0,0%)	1 (5,0%)
Unternehmen 6	144 (74,8%)	2 (1,0%)	4 (2,1%)	20 (10,1%)
Unternehmen 7	14 (17,1%)	8 (9,8%)	2 (2,4%)	35 (42,7%)
Unternehmen 8	12 (85,7%)	2 (14,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Unternehmen 9	57 (44,5%)	5 (3,9%)	2 (1,6%)	33 (25,6%)
Unternehmen 10	14 (86,7%)	7 (33,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)

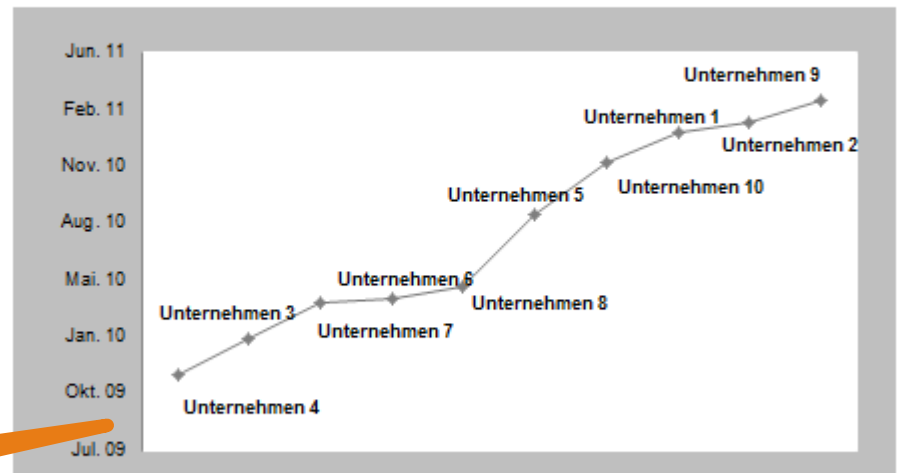
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 07.07.2011)



Wer sind die Innovatoren?

Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



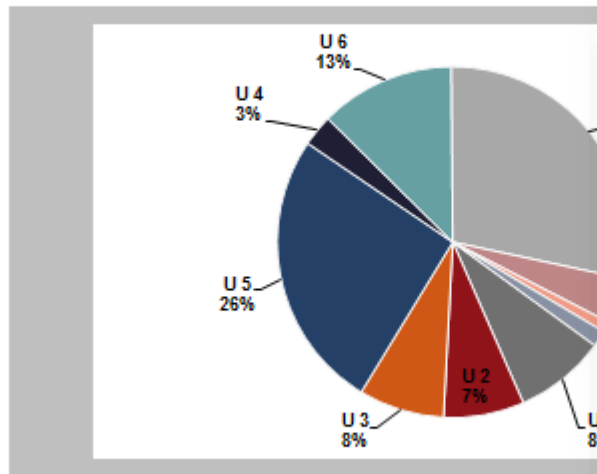
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Start Facebookpräsenz

Verteilung der Fans



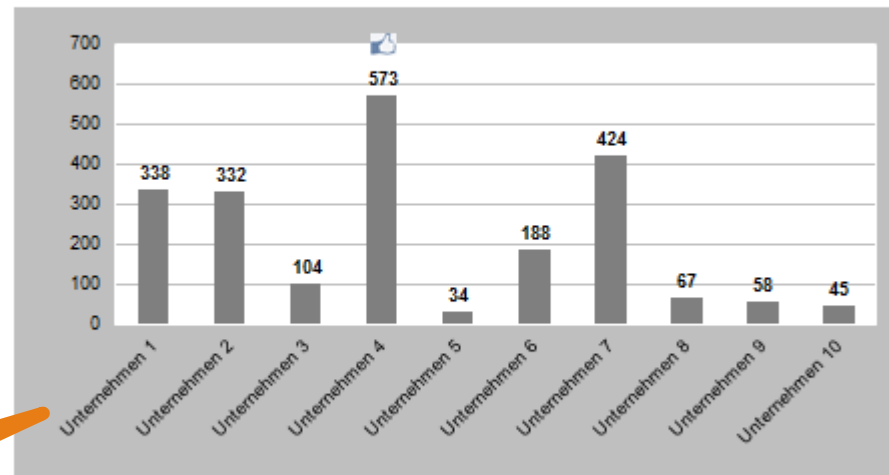
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Welcher Wettbewerber hat den größten Fanzuwachs?

Start Facebookpräsenz

Fanquote (Anzahl Fans pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



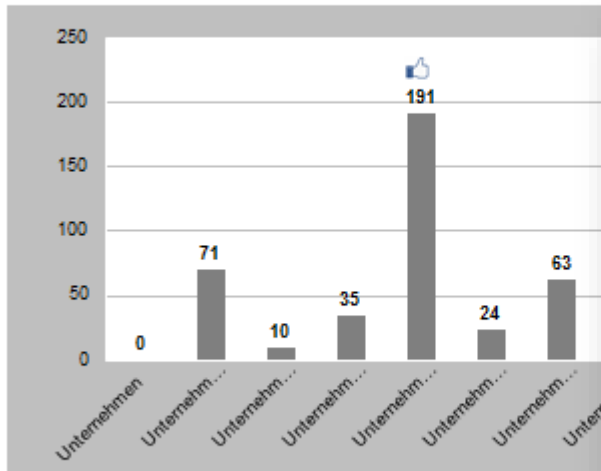
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?

Traffic und Engagement Traffic

Anzahl der Gesamtpostings

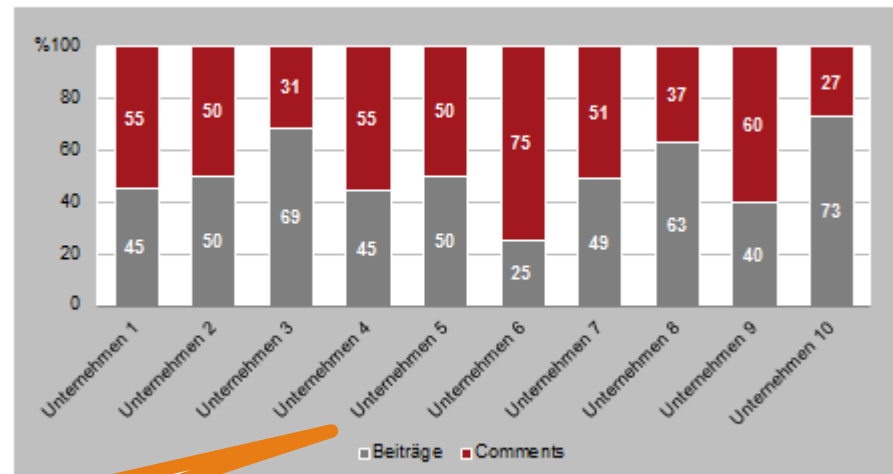


Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Traffic und Engagement Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

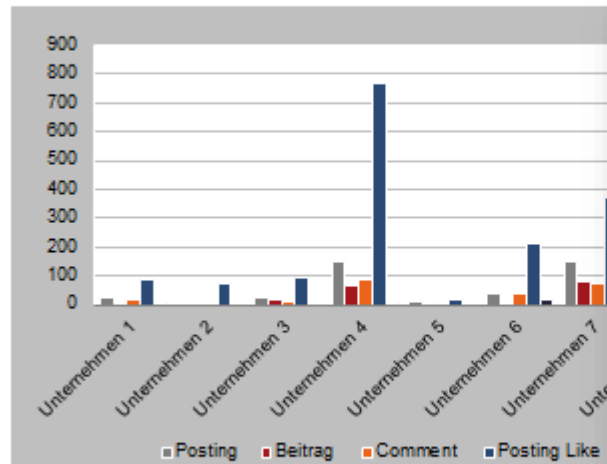
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (5)

Wie aktiv sind die Fans?
Schreiben Sie eigene Beiträge oder Kommentieren sie nur?

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Engagement der Fans

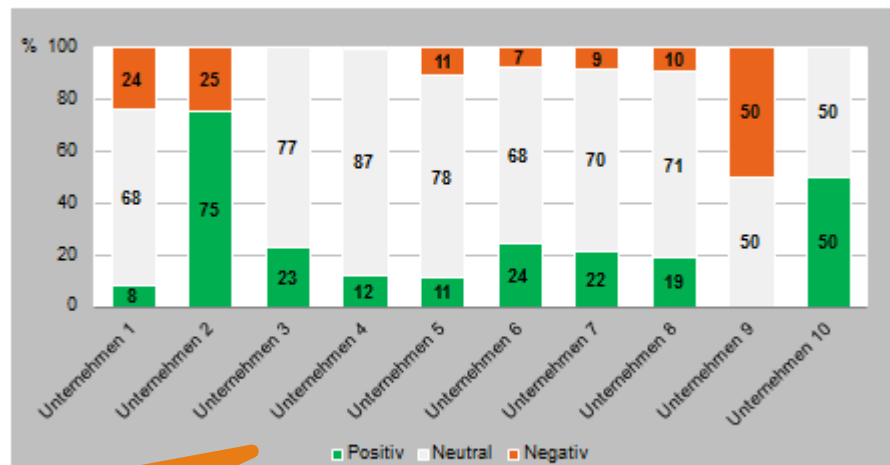


Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Traffic und Engagement Engagement der Fans

Tonalität



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



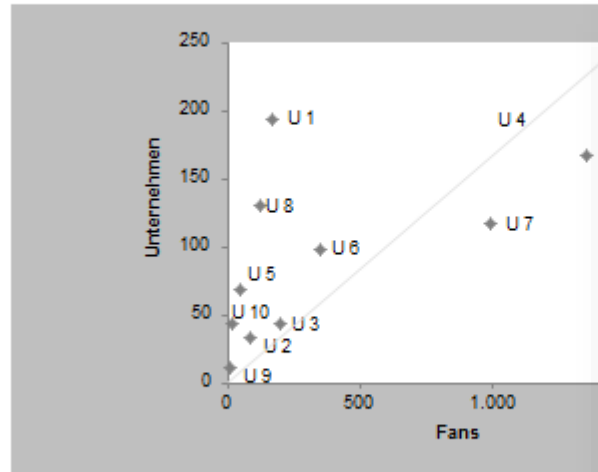
Und wie aussagekräftig sind die Statements? Wer hat die meisten Einträge mit positivem Feedback zum Unternehmen?

n. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (6)

Traffic und Engagement Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Unternehmen vs. Fans



Quelle: Profileiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Traffic und Engagement Aktivitätsindex

Aktivitätsindex (Aktivitätsindex = 5* Beitrag + 3* Comment + (Posting Like + Comment Like))

Unternehmen	Aktivitätsindex		
	Gesamt	Unternehmen	Fans
Unternehmen 1	1.364	150	1.214
Unternehmen 2	3.426	794	2.632
Unternehmen 3	7.455	809	6.646
Unternehmen 4	1.139	107	1.032
Unternehmen 5	191	53	138
Unternehmen 6	3.131	385	2.768
Unternehmen 7	9.945	1.085	8.860
Unternehmen 8	1.658	85	1.573
Unternehmen 9	6.182	273	5.909
Unternehmen 10	2.588	131	2.857

Stand 07.07.2011

**Wer ist aktiver? Fans oder Unternehmen?
Welcher Wettbewerber schafft es mit möglichst geringem Aufwand mit den Fans in Verbindung zu bleiben?**

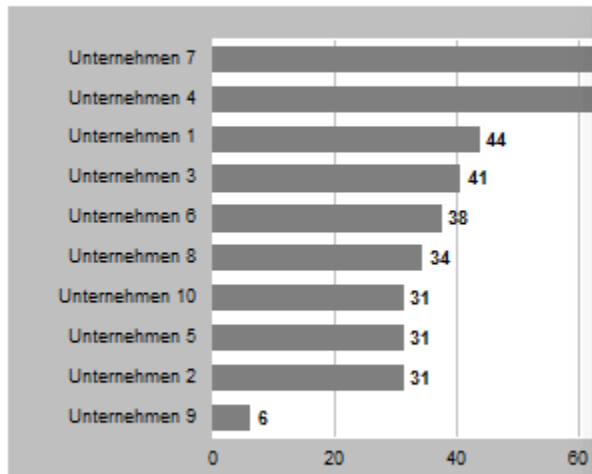
Profileiten anonymisiert.

Beispielseiten (7)

Welcher Anbieter ist Sieger im Ranking?

Ranking

Ranking



research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Versandhaus

Unternehmen 4

Zahl der Features	9
Zahl der Marketingaktivitäten	2
Präsenzdauer	22
Zahl der Fans	22.364
Fanquote	1.000
Aktivität pro Unternehmen	107
Fans	1.032
positiv	65
negativ	0
neutral	19

Pro:

- Persönliche Ansprechpartner (Facebook-Team)
- Viele verschiedene Gewinnspiele
- Nur positive und neutrale Tonalität der Fan-Postings

Contra:

- Vergleichsweise geringe Fanzahl und Fanquote trotz langer Präsenz
- Relativ geringe Unternehmensaktivität

Empfehlung:

- Sowohl Unternehmens- als auch Fanaktivität steigern
- Bessere Nutzung der Plattform für Marketingpotenziale

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Was sind die Stärken und Schwächen? Gibt es ungenutzte Potenziale? Wo kann angesetzt werden?

Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Bestellformular

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

research tools, Martinstraße 42-44, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.800 EUR zzgl. Mwst. die Studie

„**Facebook Mobilfunkanbieter 2011**“ (Berichtszeitraum Oktober 2010 bis Oktober 2011)

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief zur Studie
Facebook Mobilfunkanbieter 2011

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Franziska Roth



Produktmanager Kommunikationsforschung

Tel. +49 711 55090382

E-Mail: franziska.roth@research-tools.net

research tools

Martinstraße 42-44

D 73728 Esslingen am Neckar, Deutschland

www.research-tools.net



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief zur Studie
Facebook Mobilfunkanbieter 2011