

+++Brigitte+++Cosmopolitan+++ELLE+++Emotion+++Freundin+++Glamour+++Jolie+++Maxi+++Petra+++
Vogue +++Brigitte+++Cosmopolitan+++ELLE+++Emotion+++Freundin+++Glamour+++Jolie +++Maxi+++Pe

Studiensteckbrief
**Studie Facebook
Frauenzeitschriften 2011**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2011

©slaystorm/123RF.COM

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl)

- Sieben der zehn analysierten Frauenzeitschriften sind bereits **seit zwei Jahren** auf der Plattform aktiv. Der jüngste Facebookeinsteiger besitzt erst seit 18 Monaten ein Profil.
- Das Magazin mit den meisten Fans besitzt **über 40.000 Anhänger**.
- Eine Zeitschrift hat im Schnitt **monatlich fast 2.000** Fans neu gewonnen. Der Anbieter mit der geringsten Fanquote schafft eine Neurekrutierung von im Schnitt 150 Freunden pro Monat seit Aktivitätsbeginn.
- Das Magazin mit dem meisten Traffic auf dem Profil verzeichnet über **1.300 Postings** im Untersuchungszeitraum. Die Zeitschrift mit dem geringsten Buzz erreicht hingegen lediglich knapp 240 Postings.
- Bei allen analysierten Magazinen ist der überwiegende Anteil der **Fanpostings neutral und sachfremd**. Lediglich zwei Magazine weisen einen positiven Postinganteil von über 10% auf
- Keines der analysierten Magazine schöpft die **Marketingpotenziale** der Plattform genügend aus. Die Profile werden hauptsächlich zu PR –Zwecken verwendet.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen:

- Welche Frauenmagazine auf Facebook aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Zeitschriften 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 Ihrer Zeitschrift 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 Frauenzeitschriften, 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 Magazine:

Informationen zur Studie (3)

Die analysierten Frauenzeitschriften



Brigitte



Cosmopolitan



ELLE



Emotion



Freundin



Glamour



Jolie



Maxi



Vogue



Petra

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Facebookpräsenz von Frauenzeitschriften – Seiten und Fans
- Detailanalyse der zehn Magazine:
 - Profilaufbau
 - Profilnutzung für Marketingzwecke
 - Startzeitpunkt der Aktivität und Einstiegsaktionen
 - Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
 - Traffic auf den Seiten
 - Quantitative Aktivität der Zeitschriften und Fans
 - Tonalität der Fanbeiträge

Die Ergebnisse der Magazine werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jedes Heft 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- Frauenzeitschriften auf Facebook	12
➤ Profilfeatures	17
➤ Marketingziele	23
➤ Start Facebookpräsenz	26
➤ Traffic und Engagement	34
➤ Traffic	37
➤ Engagement der Unternehmen	40
➤ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	42
➤ Aktivitätsindex	46
➤ Ranking	49
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Frauenzeitschrift	57
➤ Kontakt	69

Beispielseiten (1)

Auf welche Profilfeatures setzen Ihre Wettbewerber?

Management Summary

- Die meisten Fans besitzt Magazin 10 mit 41.577. Auf Platz zwei folgt Magazin 8 mit 21.744 auf Platz drei. Die wenigsten Fans hat Magazin 4 mit 2.679 Fans.
- In Relation zur Aktivitätsdauer steht Magazin 10 auf Platz eins mit einer Präsenz von 1.916 Fans pro Monat. Auf Platz zwei folgt Magazin 2 mit 1.746 Fans pro Aktivitätsmonat auf Rang drei kommt Magazin 6 mit 746 Fans pro Monat Präsenz. Die geringste Rekrutierungsquote zeigt Magazin 9 mit nur 156 Fans pro Monat, allerdings hat sie auch die kleinste Anhängerschaft.
- Die Profilseite mit dem meisten Traffic weist Magazin 6 (1.352 Postings) auf. Magazin 2 mit 958 Postings. Magazin 7 befindet sich mit 754 Postings auf Platz drei. Traffic verzeichnet das Magazin 9 mit nur 238 Postings.
- Die Frauenzeitschrift mit den meisten Postings auf Unternehmensseite ist Magazin 6 mit 164 Postings liegt es auf Platz eins, wobei Beiträge gegenüber Kommentaren überwiegen. An zweiter Stelle folgt Magazin 2 mit 154 Postings. Das Magazin 8 hat die meisten Kommentare und Kommentierungen ist ebenso ungleich. Auf Platz drei befindet sich Magazin 10 mit 115 Postings. Die am wenigsten aktive Zeitschrift ist das Magazin 4 mit 193 Postings.
- Die Fans mit dem höchsten Engagement besitzt Magazin 6, 1.188 Fans pro Postings. Die Fans der Frauenzeitschrift auf der Seite hinterlassen und davon auch die meisten Fans sind die Fans von Magazin 2 mit 804 Postings. Auf Platz drei befindet sich Magazin 9 mit 156 Postings. Die inaktivsten Freunde haben Magazin 3 (156 Postings) und Magazin 9 (151 Postings).



Profile features

Features auf den Profilseiten der ausgewählten Zeitschriften

Frauenzeitschriften	Info	Pinnwand	Fotos	Videos	Gewinnspiele	Veranstaltungen	Diskussionen	Sonst. Features
Magazin 1	x	x	538	1*	-	-	-	6
Magazin 2	x	x	480	3	1	-	4	9
Magazin 3	x	x	676	16	-	-	-	3
Magazin 4	x	x	193	-	-	-	x	2
Magazin 5	x	x	269	2	-	1	-	4
Magazin 6	x	x	324	16	-	1	-	3
Magazin 7	x	x	235	-	-	-	x	1
Magazin 8	x	x	336	2	-	x	1	1
Magazin 9	x	x	134	-	-	-	x	1
Magazin 10	x	x	261	47	-	-	-	4

Quelle: Magazin 3: Profilseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)
*unter Feature Foto



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

Beispielseiten (2)

Nutzt der Wettbewerb die Marketingpotenziale der Plattform?

Marketingziele

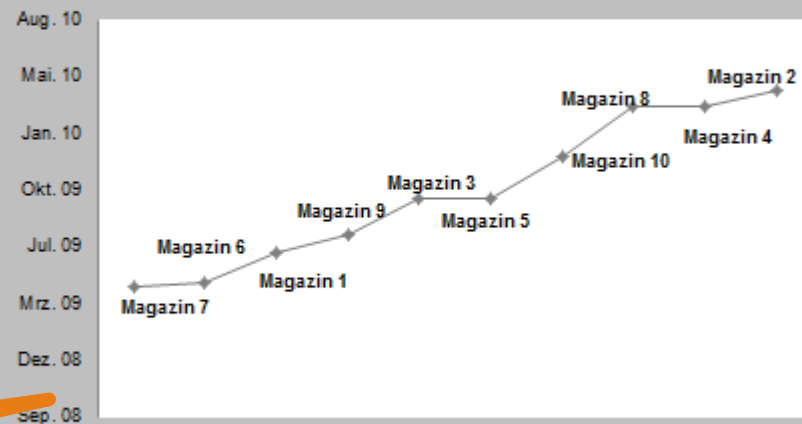
Marketing Verwendungszwecke der Profile (Postings auf der

Frauenzeitschriften	PR	Vertrieb	Product-launch	Produktfeedback
Magazin 1	52 (44,8%)	-	1 (0,9%)	19 (16,4)
Magazin 2	93 (47,4%)	-	3 (1,5%)	55 (28,1)
Magazin 3	27 (23,1%)	-	4 (3,4%)	14 (12,0)
Magazin 4	28 (35,0%)	-	8 (10,0%)	28 (32,5)
Magazin 5	40 (36,4%)	1 (0,9%)	4 (3,6%)	13 (11,8)
Magazin 6	103 (48,8%)	-	3 (1,4%)	30 (14,2)
Magazin 7	52 (35,9%)	-	1 (0,7%)	11 (7,6)
Magazin 8	25 (32,5%)	-	4 (5,2%)	20 (26,0)
Magazin 9	23 (24,2%)	-	10 (10,5%)	16 (16,8)
Magazin 10	42 (25,8%)	-	2 (1,2%)	17 (10,4)

Quelle: Magazin 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



Quelle: Magazin 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Wer sind die Innovatoren?

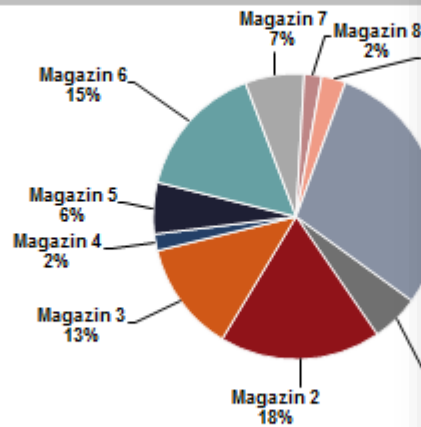
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Start Facebookpräsenz

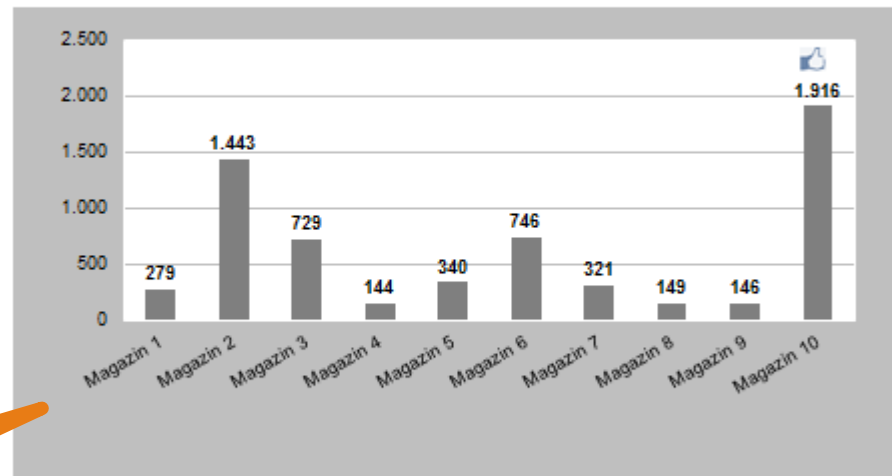
Verteilung der Fans



Quelle: Magazin 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Start Facebookpräsenz

Fanquote (Anzahl Fans pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Magazin 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Welcher Wettbewerber hat den größten Fanzuwachs?

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

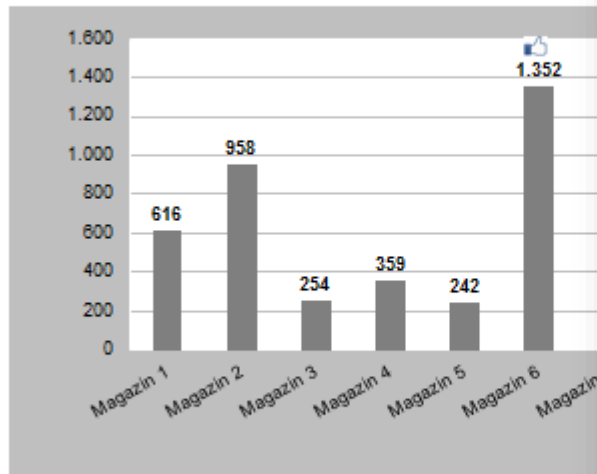
Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?

Traffic und Engagement

Traffic

Anzahl der Gesamtpostings



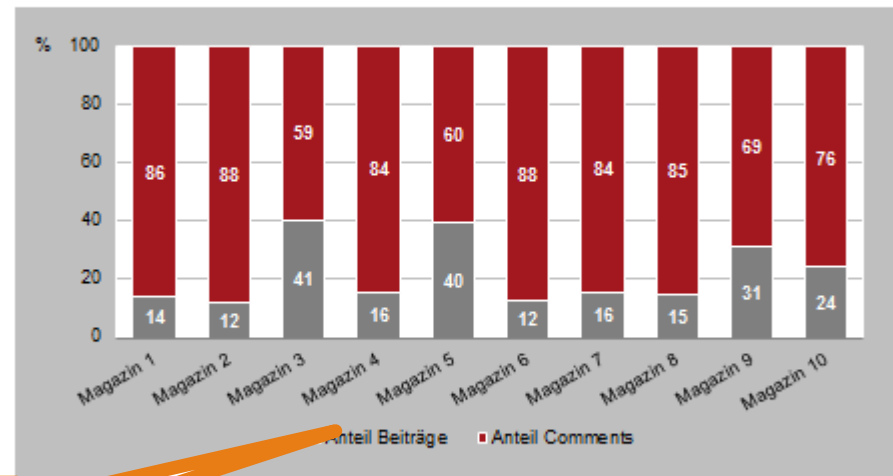
Quelle: Magazine 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)



Traffic und Engagement

Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Quelle: Magazine 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)



Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

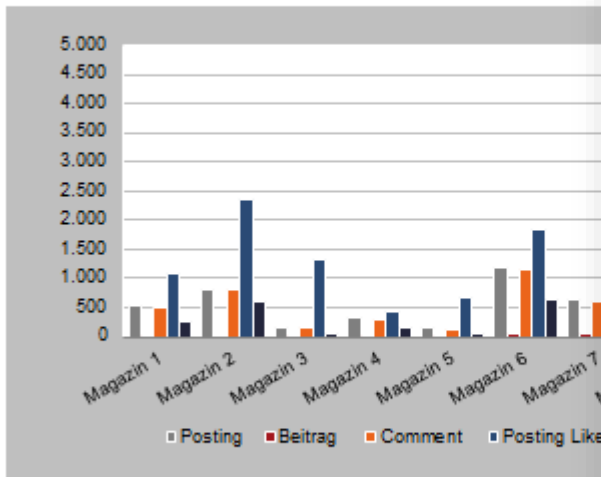
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (5)

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

Traffic und Engagement Engagement der Fans

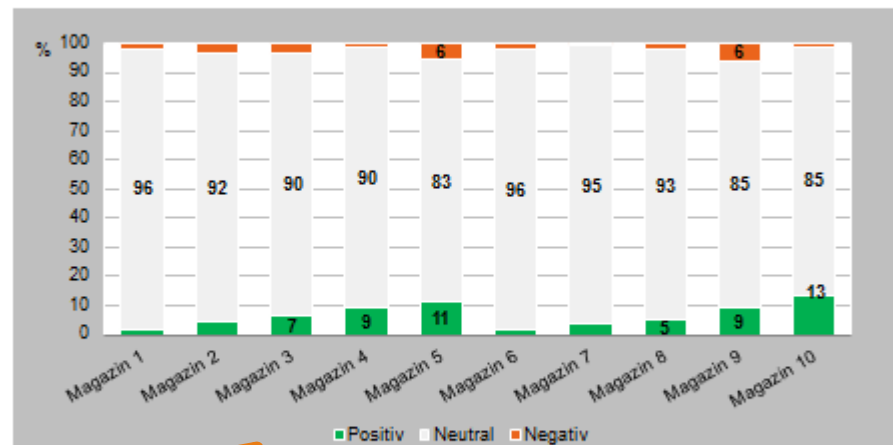
Engagement der Fans



Quelle: Magazin 3: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Tonalität



Magazinen auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

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

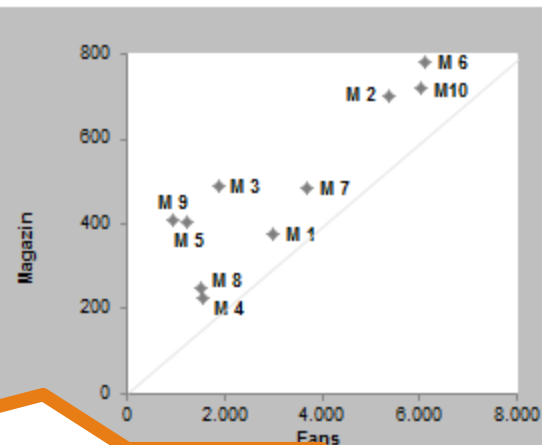
Frauenzeitschriften	Aktivitätsindex	
	Gesamt	Unterneh
Magazin 1	3.361	
Magazin 2	6.080	
Magazin 3	2.352	
Magazin 4	1.762	
Magazin 5	1.634	
Magazin 6	6.901	
Magazin 7	4.185	
Magazin 8	1.754	
Magazin 9	1.328	
Magazin 10	6.789	

Quelle: Magazin 3: Profisseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 26.09.2011)

Traffic und Engagement

Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Zeitschrift vs. Fans



research tools (Stand 26.09.2011)

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

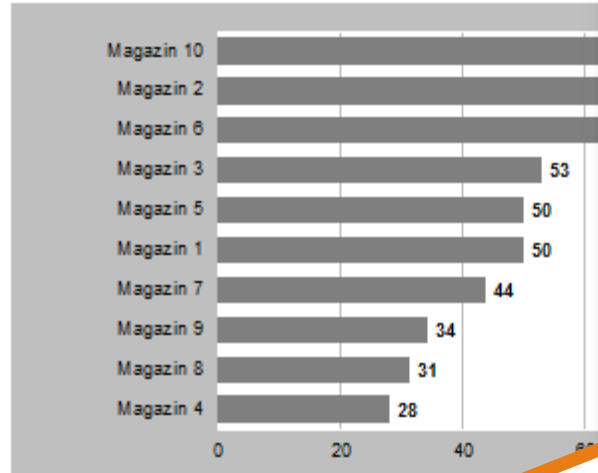
Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (7)

Welcher Anbieter ist Sieger im Ranking?

Ranking

Ranking



Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Frauenzeitschrift

Magazin 2

Präsenzdauer in Monaten	18
Zahl der Fans	25.830
Fanquote	1.443
Marketingziele	4
Zahl der Features	15
Aktivität Unternehmen	700
Aktivität Fans	5.380
Tonalität positiv	35
Tonalität neutral	741
Tonalität negativ	28

Pro:

- > Höchste Fanzahl
- > Aktivste Fans
- > viele positive Beiträge
- > Am meisten Profilfeatures
- > Hoher Aktivitätsindex des Unternehmens und der Fans

Contra:

- > Recht hohe Anzahl an neutralen Kommentaren
- > Meiste negative Beiträge
- > Kein Beitrag durch Fans

Empfehlung:

- > Mehr Unternehmensaktivität
- > Negativen Beiträgen entgegenwirken und vorsorgen

research tools

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

„Studie Facebook Frauenzeitschriften 2011 “ (Berichtszeitraum September 2010 bis September 2011)

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief zur Studie Facebook
Frauenzeitschriften 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

