

+++Dortmund+++Dresden+++Frankfurt a.M.+++Freiburg i.B.+++Hamburg+++Köln+++Leipzig+++München+
++Nürnberg+++Stuttgart +++Dortmund+++Dresden+++Frankfurt a.M.+++Freiburg i.B +++Dortmund+++Dre



Studiensteckbrief
Studie
Stadtmarketing auf Facebook

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2012

©slaystorm/123RF.COM

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl)

- Fünf der zehn analysierten Städte sind bereits **seit drei Jahren** auf der Plattform aktiv. Der jüngste Facebookeinsteiger besitzt erst seit 14 Monaten ein Profil.
- Die analysierte Stadt mit den meisten Fans besitzt **über 600.000 Anhänger**.
- Allerdings hat ein anderes Profil mit halb so viel Fans **im Schnitt monatlich mehr Fans** neu gewonnen- im Monat erreicht diese Stadt rund 20.000 neue Freunde. Das Profil mit der geringsten Fanquote schafft eine Neurekrutierung von im Schnitt rund 700 Freunden pro Monat seit Aktivitätsbeginn.
- Die Stadt mit dem meisten Traffic auf dem Profil verzeichnet über **1.800 Postings** im Untersuchungszeitraum. Das Profil mit dem geringsten Buzz erreicht hingegen lediglich 64 Postings.
- Obwohl auf einem Profil Fans nur Kommentierungen hinterlassen und keine eigenen Beiträge schreiben können, ist hier das **höchste Engagement** der Fans zu verzeichnen.
- Am häufigsten werden die Profile zur **Bewerbung von Veranstaltungen** durch die Stadt, aber auch durch lokale Veranstalter genutzt.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen:

- Welche Städte auf Facebook aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Anbieter aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Fans andere Stadtprofile auf Facebook haben?
- Wie aktiv andere Profilbetreiber und deren Fans in der Community sind?
- Wie die Stimmung gegenüber Ihrer Stadt und anderer deutscher Großstädte auf Facebook ist?
- Wofür andere Stadtmarketer die Plattform nutzten?

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 Stadtprofile



Dortmund
Dresden
Frankfurt a.M.
Freiburg i.B.
Hamburg



Köln
Leipzig
München*
Nürnberg
Stuttgart



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools * nach der Deaktivierung des alten Profils wird die Analyse auf dem neuen Profil der Stadt München fortgesetzt

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Facebookpräsenz deutscher Großstädte mit über 200.000 Einwohnern
- Detailanalyse der zehn Stadtprofile:
 - Profilaufbau
 - Profilnutzung für Marketingzwecke
 - Startzeitpunkt der Aktivität
 - Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
 - Traffic auf den Seiten
 - Quantitative Aktivität der Stadt und Fans
 - Tonalität der Fanbeiträge

Die Ergebnisse der Profile 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 (1)

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Überblick- Stadtprofile	13
➤ Profilaufbau	19
➤ Features auf den Profelseiten	21
➤ Profilbilder	23
➤ Themen des Pinnwanddialogs	25
➤ Start Facebookpräsenz und Zahl der Fans	29
➤ Beginn der Aktivität	31
➤ Zahl der Fans	33
➤ Verteilung der Fans	34
➤ Fanquote	35

Inhaltsverzeichnis (2)

➤ Traffic und Engagement	36
➤ Traffic	39
➤ Engagement der Städte	40
➤ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	44
➤ Aktivitätsindex	50
➤ Ranking	53
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Stadtprofil	63
➤ Kontakt	74

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 3.900 Fans pro Aktivitätsdauer schafft auch hier Unternehmen 5 mit nur 246 Fans pro Monat die Rekrutierungsquote.
- Die Profelseite mit dem meisten Traffic weist Unternehmen 3 auf. Auf Platz zwei mit 1.042 Postings. Mit 1.164 Postings befindet sich Unternehmen 9 und Unternehmen 5 verzeichnet den geringsten Traffic auf Ihrer Profelseite.
- Das Unternehmen mit den meisten Postings auf Unternehmensseite ist Unternehmen 7. 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, an dritter Stelle Unternehmen 2 mit 246 Postings, an vierter Stelle Unternehmen 9 mit 127 Postings, an fünfter Stelle Unternehmen 5 mit elf Postings. Die Verteilung zwischen Likes und Comments 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 Kommentierungen am häufigsten sind die Weltbild-Fans mit 1.100 Postings. Im Vergleich mit den Weltbild-Fans 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.



Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Profile features

Features auf den Profelseiten

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



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%)

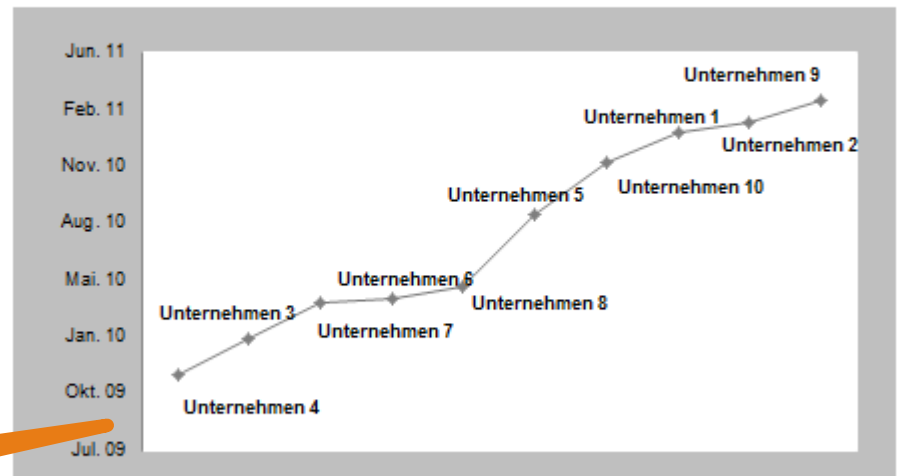
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 07.07.2011)



Wer sind die Innovatoren?

Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



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



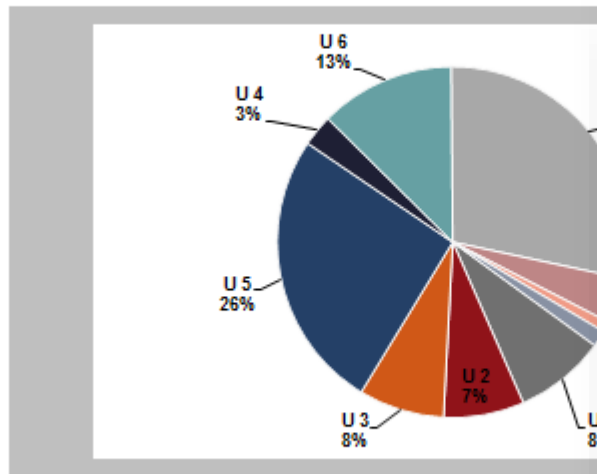
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Start Facebookpräsenz

Verteilung der Fans



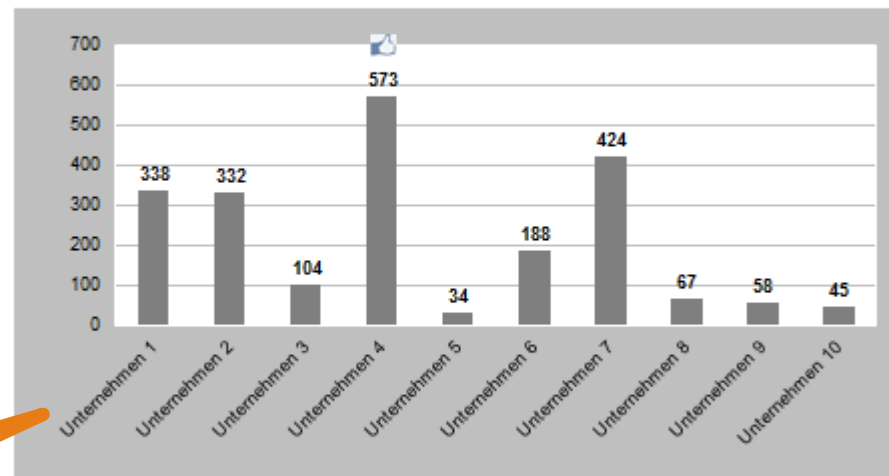
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



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)



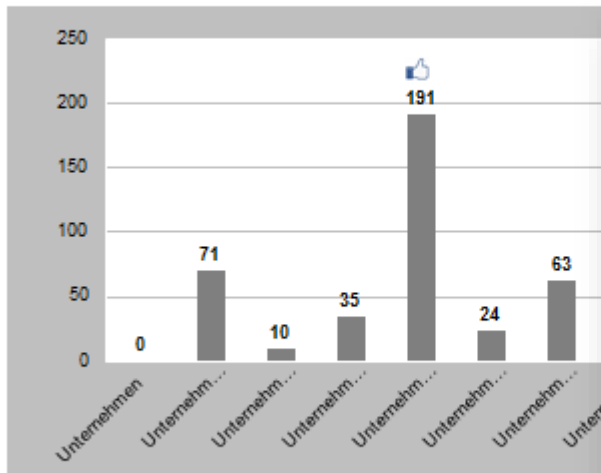
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?

Traffic und Engagement Traffic

Anzahl der Gesamtpostings

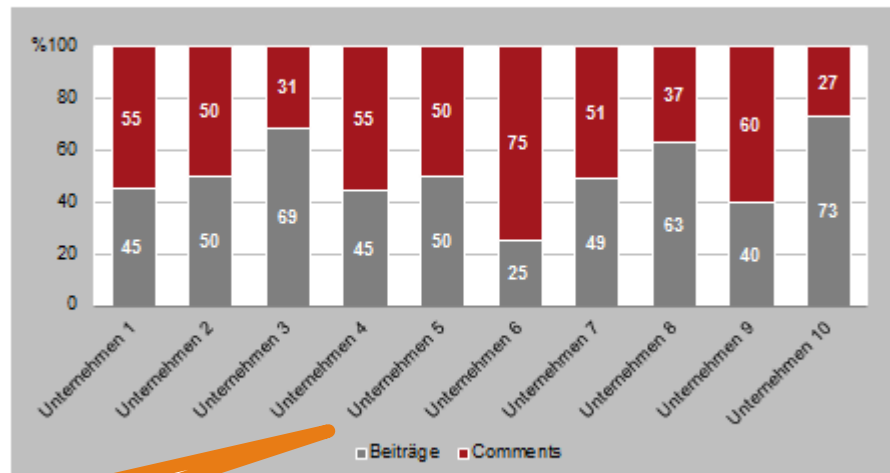


Quelle: Profisellen auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Traffic und Engagement Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



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



Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

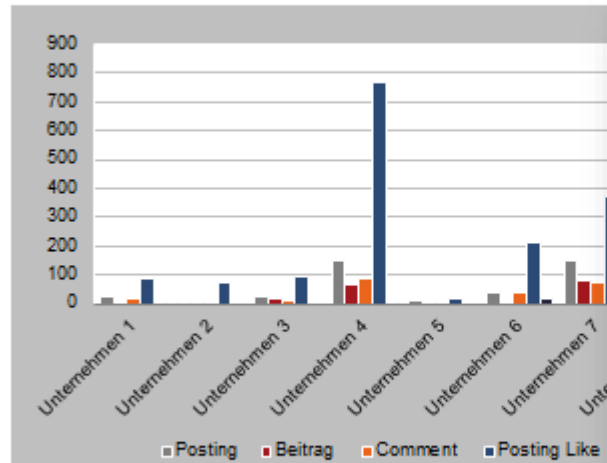
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (5)

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

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Engagement der Fans

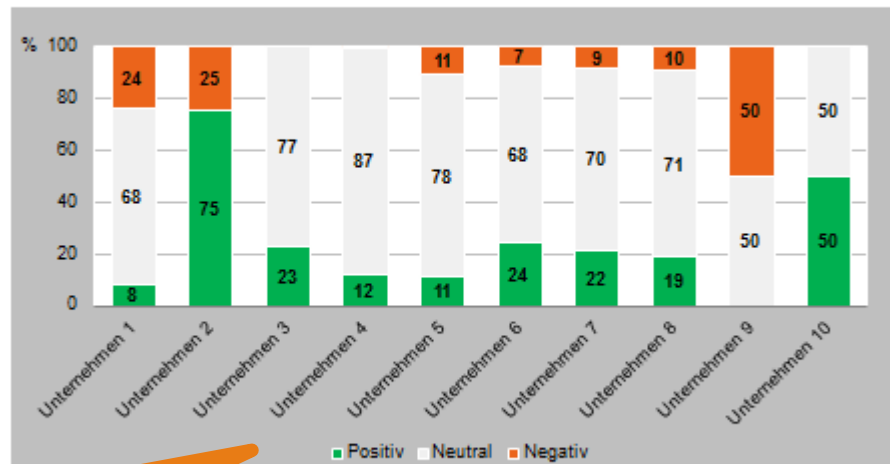


Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 13.07.2011)



Traffic und Engagement Engagement der Fans

Tonalität



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



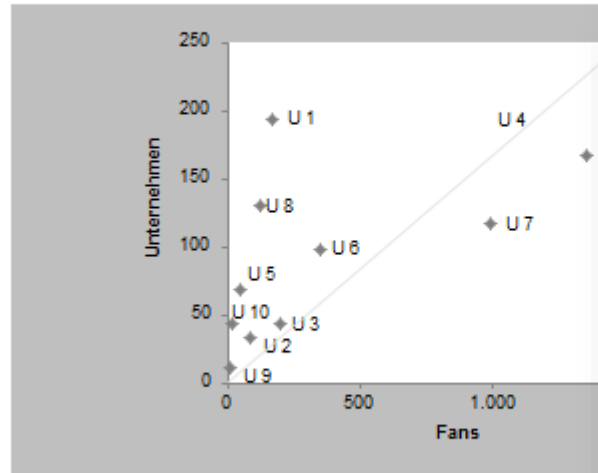
Und wie aussagekräftig sind die Statements? Wer hat die meisten Einträge mit positivem Feedback zum Unternehmen?

n. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (6)

Traffic und Engagement Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Unternehmen vs. Fans



Quelle: Profileseiten 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?**

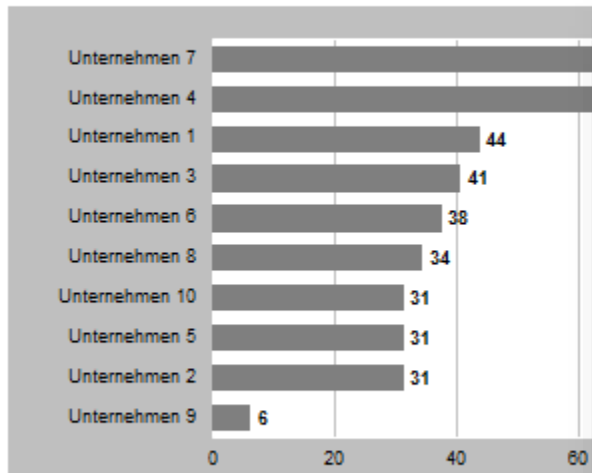
Profileseiten anonymisiert.

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, Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar

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

„**Stadtmarketing auf Facebook 2012**“ (Berichtszeitraum 01.März 2011 bis 29. Februar 2012)

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief
Stadtmarketing auf Facebook

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Franziska Roth



Produktmanager Kommunikationsforschung

Tel. +49 711 55090382

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

research tools

Wäldenbronner Strasse 2, D 73732 Esslingen am Neckar, Deutschland

www.research-tools.net