

+Cultures+++Habbo+++Ikariam+++MyFreeZoo+++Outsparkfiesta+++Pirate Storm+++Shot Online+++Travia
eZoo+++Outsparkfiesta+++Pirate Storm+++Shot Online+++Travian+++Cultures+++Habbo+++Ikariam+++M

Studiensteckbrief

Studie

**Online Games auf Facebook
2012**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2012



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief Studie
Online Games auf Facebook 2012

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen:

- Welche Online Games auf Facebook aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Games aufgebaut sind und seit wann diese aktiv sind?
- Wie viele Fans andere Spiele auf Facebook haben?
- Wie aktiv andere Profilbetreiber und deren Fans in der Community sind?
- Wie die Stimmung gegenüber Ihrem Produkt und den Konkurrenzprodukten auf Facebook ist?
- Wofür andere Games die Plattform nutzen?

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Daten, die von research tools auf der Plattform Facebook erhoben wurden. **Analysiert werden die offiziellen Profilseiten von acht Online Games**, die aufgrund ihrer Aktivität auf der Plattform, ihres Marktanteils, ihrer Fanzahl oder Besonderheiten im Profil ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Profile:

Informationen zur Studie (2)

Die analysierten Profile

**Cultures
Habbo
Ikariam
MyFreeZoo
Outsparkfiesta
Pirate Storm
Shot Online
Travian**

Quelle: Profilseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research

Informationen zur Studie (3)

Keyfacts (Auswahl):

- Von den Top 50 Online Games besitzen 47 ein Profil.
- Eines der acht analysierten Games ist bereits seit März 2008 auf der Plattform aktiv. Der jüngste Facebookeinsteiger besitzt erst Februar einem Monat ein Profil.
- Der Neueinsteiger hat schon im ersten Monat über 50.000 Fans neu gewonnen und steht somit unter den Top 5 in punkto Fanzahlen. Der Anbieter mit der geringsten Fanquote schafft eine Neurekrutierung von im Schnitt rund 117 Freunden pro Monat seit Aktivitätsbeginn.
- Das analysierte Game unter den acht mit den meisten Fans besitzt über eine Million Anhänger.
- In Punkto Marketing sind alle acht analysierten Games unzureichend aufgestellt. Die Möglichkeiten der Plattform werden kaum genutzt.

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

- Überblick über die Facebookpräsenz der Top 50 Online Games nach Marktanteil*
- Detailanalyse der acht Profile:
 - Profilaufbau
 - Profilnutzung und Themen des Pinnwanddialogs
 - Startzeitpunkt der Aktivität
 - Zahl der Fans und Rekrutierungsquoten
 - Traffic auf den Seiten
 - Quantitative Aktivität der Online Games 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.

*Quelle: <http://de.gamercharts.com/charts/top-50/google?gclid=CMemo86Hwa8CFcMXzQodljHMxw>

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	3
➤ Forschungsdesign	4
➤ Überblick- Online Games auf Facebook	13
➤ Profilaufbau	20
➤ Apps auf den Profelseiten	22
➤ Profilbilder	25
➤ Themen des Pinnwanddialogs	26
➤ Start Facebookpräsenz und Zahl der Fans	30
➤ Beginn der Aktivität	32
➤ Zahl der Fans	34
➤ Verteilung der Fans	35
➤ Fanquote	36

Inhaltsverzeichnis (2)

➤ Traffic und Engagement	37
➤ Traffic	40
➤ Engagement der Unternehmen	43
➤ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	45
➤ Aktivitätsindex	51
➤ Ranking	54
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Online Game	64
➤ Kontakt	73

Beispielseiten (1)

Auf welche Profilapps setzen Ihre Wettbewerber?

Profilaufbau Apps auf den Profiseiten

Apps auf den Profiseiten

1. Foto
2. Video
3. Gefällt mir
4. Game
5. Andere Social Media –Kanäle
6. Veranstaltungen
7. Notizen
8. Sonstige Apps

Quelle: Profiseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Profilaufbau Apps auf den Profiseiten

Apps auf den Profiseiten

Spiel	1	2	3	4	5	6	7	8	Σ
Game 1	x		x	x	x				4
Game 2	x	x	x	x*		x			5
Game 3	x	x	x	x*			x	3	8
Game 4	x		x					1	3
Game 5	x		x			6		2	5
Game 6	x	x	x	x					4
Game 7	x		x			x	x	1	5
Game 8	x		x			x	x	1	5

Quelle: Profiseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)

* Auf das Game kann an der Stelle, an der normalerweise der Button Nachrichten senden zu finden ist, zugegriffen werden



Studie
Online Games auf Facebook 2012

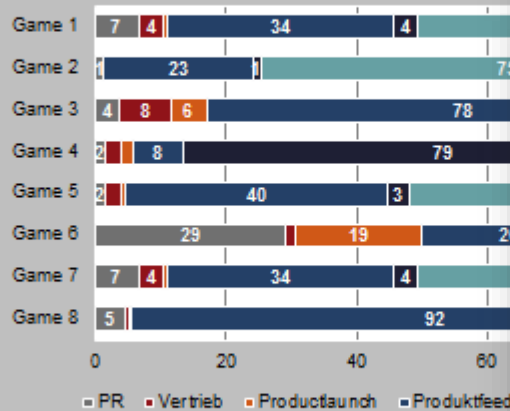
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Online Games sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (2)

Welche Themen werden auf der Plattform diskutiert?

Themen des Pinnwanddialogs

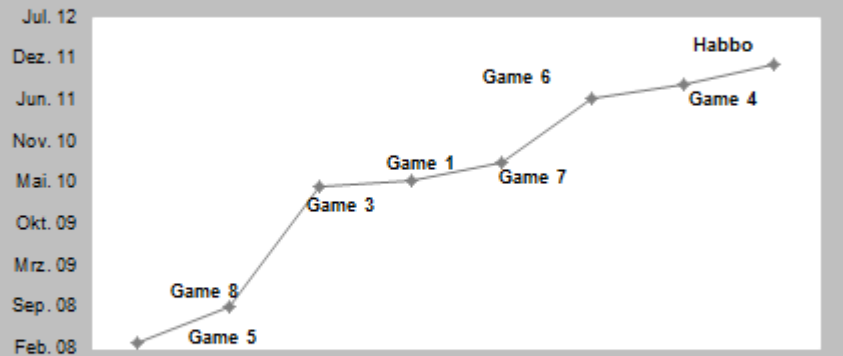
Themen des Pinnwanddialogs



Start Facebookpräsenz und Zahl der Fans

Beginn Facebook-Aktivität

Beginn Facebook-Aktivität



Wer ist seit wann dabei?

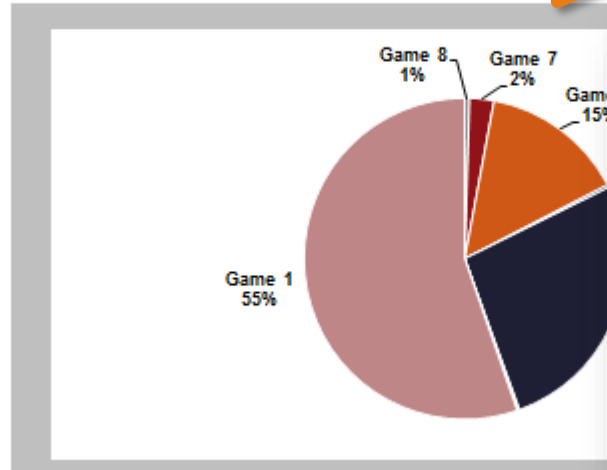
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Online Games sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Start Facebookpräsenz und Zahl der Fans Verteilung der Fans

Verteilung der Fans



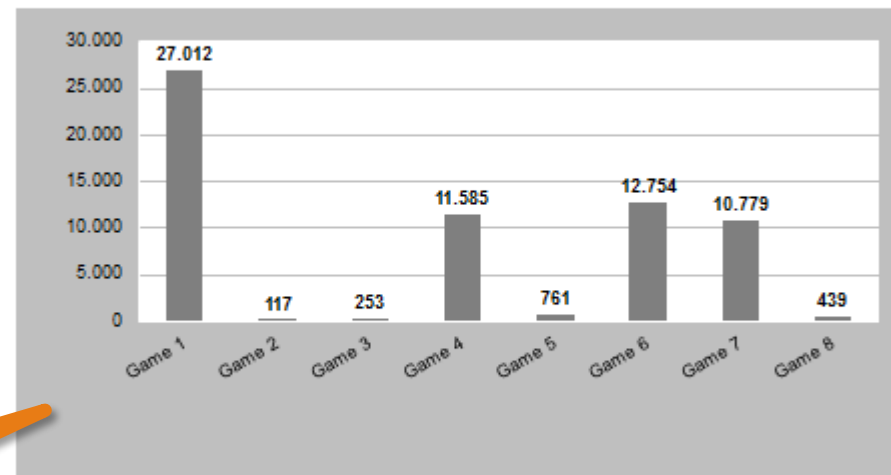
Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Start Facebookpräsenz und Zahl der Fans Fanquote

Fanquote (Anzahl Fans pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Wer hat den größten Fanzuwachs?

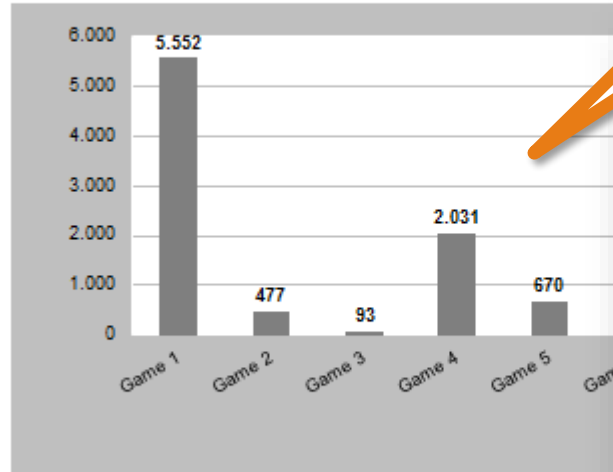
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Online Games sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil findet die angeregteste Diskussion statt?

Traffic und Engagement

Anzahl der Gesamtpostings



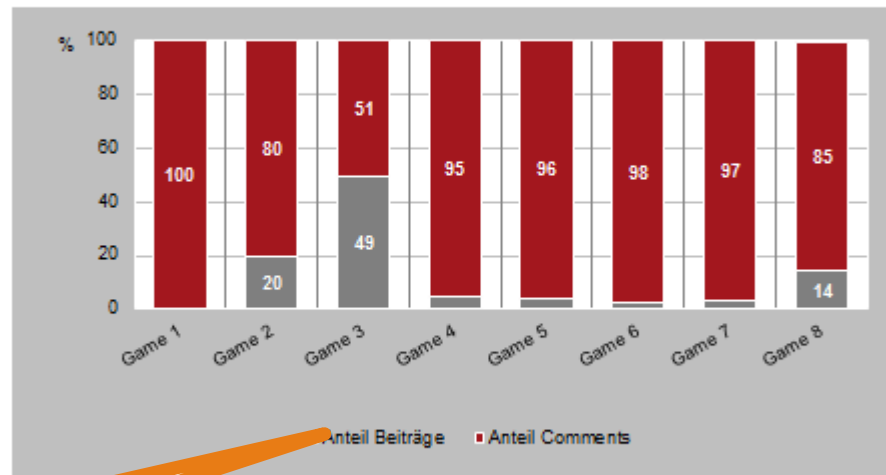
Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Traffic und Engagement

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

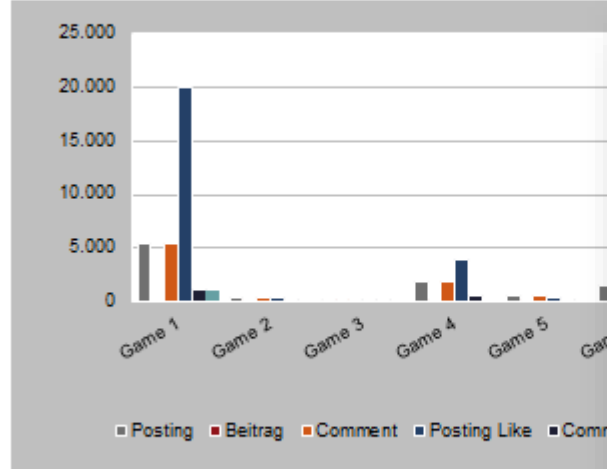
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Online Games sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (5)

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

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Engagement der Fans



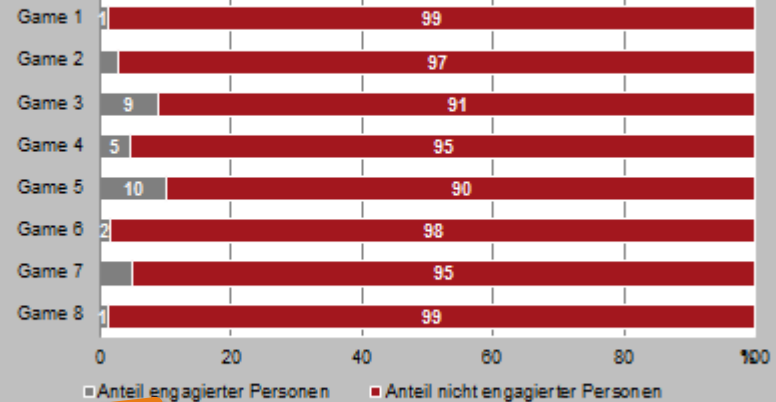
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Engagement der Fans- tatsächlich aktiven Fans (Engage= ptat/ Zahl der Fans)



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)



Studie
Online Games auf Facebook 2012

Wessen Fans beteiligen sich aktiv und dauerhaft and der Diskussion?

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

Beispielseiten (6)

Traffic und Engagement

Aktivitätsindex

Aktivitätsindex ((Aktivitätsindex = 5* Beitrag + 3* Comment + (Posting Like + Comment Like+ Shared View)* Anteilige Aktivitätsdauer im Untersuchungszeitraum)

Unternehmen	Aktivitätsindex	
	Gesamt	Unternehm
Game 1	1.999	348
Game 2	5.182	242
Game 3	9.398	212
Game 4	3.637	187
Game 5	10.370	618
Game 6	884	282
Game 7	1.999	348
Game 8	38.792	133

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.03.2012)

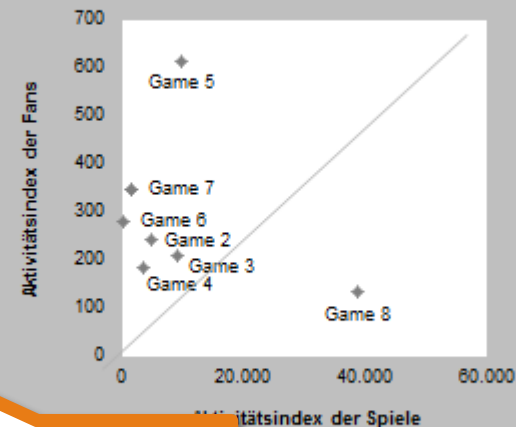


Studie
Online Games auf Facebook 2012

Traffic und Engagement

Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Marken vs. Fans



tools (Stand 23.03.2012)

Studie
Online Games auf Facebook 2012

**Wer ist aktiver? Fans oder Online Games?
Welcher schafft es, mit geringem Aufwand mit
den Fans in Verbindung zu bleiben?**

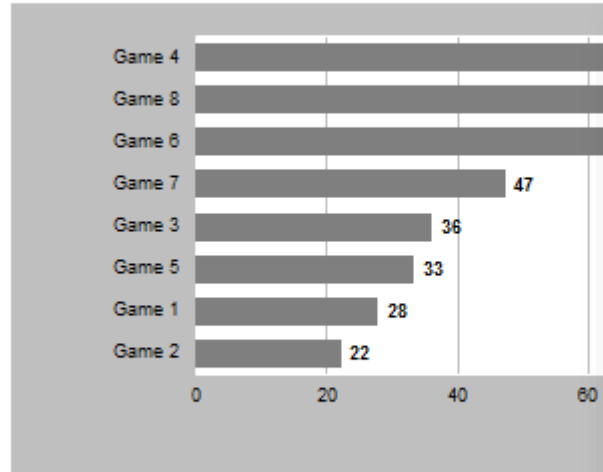
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Online Games sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (7)

Wer ist Sieger im Ranking?

Ranking

Ranking



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 23.09.2012)



Studie
Online Games auf Facebook

Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Online Game

Game 3

Präsenzdauer in Monaten	25
Zahl der Fans	312.474
Fanquote	12.754
People Talk about that	4.964
Themen des Pinnwanddialogs	5
Zahl der Apps	8
Unternehmen	212
Fans	9.184
positiv	72
negativ	55
neutral	1.385

Pro:

- > Hohe Fanquote
- > Sehr aktive Fans
- > Relativ hohe Präsenzdauer

Contra:

- > Niedrige Unternehmensaktivität
- > Tonalität oft negativ
- > Unterschiedliche Sprachen auf dem Profil vom Unternehmen und den Fans

Empfehlung:

- > Mehrsprachige Facebookpräsenzen schaffen
- > SM-Kanäle stärker mit einbeziehen
- > Apps mit klaren Zielen schaffen

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

Die Online Games 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

„Online Games auf Facebook“

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief Studie
Online Games auf Facebook 2012

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