

Die Neue 107.7+++Antenne 1+++baden.fm+++Radio Energy+++HoRadS+++Radio Regenbogen+++SWR 3+

Studiensteckbrief

Studie Facebook Radiosender in Baden-Württemberg 2011

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2011



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief zur Studie Facebook
Radiosender in
Baden-Württemberg 2011

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl)

- Einer der sieben analysierten Radiosender ist bereits **seit zwei Jahren** auf der Plattform aktiv. Der jüngste Facebookeinsteiger besitzt erst seit fünf Monaten ein Profil.
- Der Radiosender mit den meisten Fans besitzt **über 80.000 Anhänger**.
- Ein Radiosender hat im Schnitt **monatlich über 3 000** Fans neu gewonnen. Der Anbieter mit der geringsten Fanquote schafft eine Neurekrutierung von im Schnitt 46 Freunden pro Monat seit Aktivitätsbeginn.
- Der Radiosender mit dem meisten Traffic auf dem Profil verzeichnet über **2.400 Postings** im Untersuchungszeitraum. Der Radiosender mit dem geringsten Buzz erreicht hingegen lediglich vier Postings.
- Bei allen analysierten Radiosendern ist der überwiegende Anteil der **Fanpostings neutral und sachfremd**.
- Keiner der analysierten Radiosender schöpft die **Marketingpotenziale** der Plattform genügend aus. Die Profile werden hauptsächlich zu PR –Zwecken verwendet.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen:

- Welche Radiosender in Baden-Württemberg auf Facebook aktiv sind?
- Wie die Profilseiten anderer Radiosender 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 Sender 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 sieben Radiosender, 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 Stationen:

Informationen zur Studie (3)

Die analysierten Radiosender



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 15.08.2011)

Informationen zur Studie (4)

Die Studie gibt Auskunft über:

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

Die Ergebnisse der Radiosender werden nach einem bewährten System im Kapitel Rankings bewertet. Zudem werden die Ergebnisse anschließend individuell für jeden Sender 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	8
➤ Überblick- Facebookpräsenz: Radiosender	12
➤ Profilfeatures	17
➤ Marketingziele	22
➤ Start Facebookpräsenz	25
➤ Traffic und Engagement	32
➤ Traffic	35
➤ Engagement der Sender	38
➤ Engagement der Fans (inkl. Tonalität)	40
➤ Aktivitätsindex	42
➤ Ranking	47
➤ Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Radiosender	55
➤ Kontakt	63



Beispielseiten (1)

Auf welche Profilfeatures setzen Ihre Wettbewerber?

Management Summary

- Die meisten Features (8) bieten Sender 3 und Sender 4 den Fans. Sender 3 bietet sieben Features auf. Sender 5 und Sender 6 nutzen mit Info, Pinnwand bzw. dem Feature Hallo! bei Sender 6 lediglich vier Merkmale, um die Fans zu erreichen.
- Alle Sender nutzen kaum die Marketingmöglichkeiten der Plattform. Die Pinnwandseite wird von allen Sendern hauptsächlich zu PR-Zwecken genutzt. Vielfach findet sich die Aufforderung an Fans, sich über aktuelle Themen zu informieren.
- Mit 24 Monaten Facebookpräsenz ist Sender 7 am längsten auf der Plattform. Sender 1 ist seit September 2009 und damit seit 23 Monaten ein Profil. Sender 2 und Sender 6 vertreten die Community. Jüngster Neueinsteiger ist Sender 5 mit fünf Monaten.
- Die meisten Fans besitzt Sender 7 (83.511). Auf Platz zwei folgt Sender 3 mit 336 Fans. Sender 6 steht mit 5.857 Fans auf Platz drei. Die wenigstens Anhänger hat Sender 5 mit 2 Fans.
- In Relation zur Aktivitätsdauer stehen die Sender mit den Fanquoten auf Platz zwei. Die durchschnittliche Rekrutierung von 3.448 Fans pro Aktivitätsenergie mit einer Fanquote von 2.788 und auf Rang drei steht Sender 6 mit einer Fanquote von 2.788 Fans pro Monat.



Profilfeatures

Features auf den Profilsseiten

Radiosender	Info	Pinnwand	Fotos	Videos	Webradio	Veranstaltungen	Sonst. Features
Sender 1	x	x	92	8*	-	3	2
Sender 2	x	x	127	3*	-	3	1
Sender 3	x	x	336	108	-	5	3
Sender 4	x	x	390	40	x	-	3
Sender 5	x	x	2	-	-	1	-
Sender 6	x	x	94	1*	-	-	1
Sender 7	x	x	143	2*	x	2	1

Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011); * Videos sind unter Feature Foto vorhanden



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

Beispielseiten (2)

Nutzt der Wettbewerb die Marketingpotenziale der Plattform?

Marketingziele

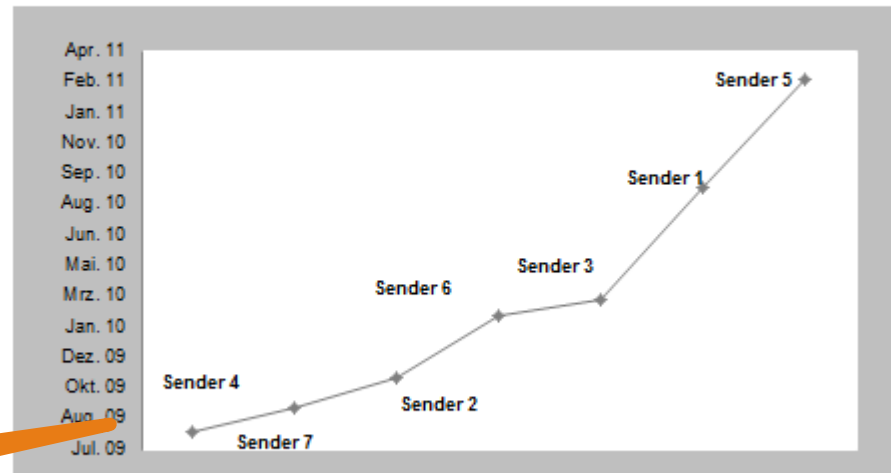
Marketing Verwendungszwecke der Profile (Postings auf der Facebook-Seite)

Radiosender	PR	Vertrieb	Product-launch	Feedback
Sender 1	18 (94,7%)	-	-	-
Sender 2	65 (100,0%)	-	-	-
Sender 3	93 (51,1%)	-	-	22 (12,1%)
Sender 4	183 (36,0%)	-	-	44 (8,6%)
Sender 5	1 (25,0%)	-	-	-
Sender 6	25 (20,7%)	-	-	45 (37,2%)
Sender 7	35 (26,3%)	-	-	98 (73,7%)

Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Start Facebookpräsenz

Beginn Facebook-Aktivität



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Wer sind die Innovatoren?

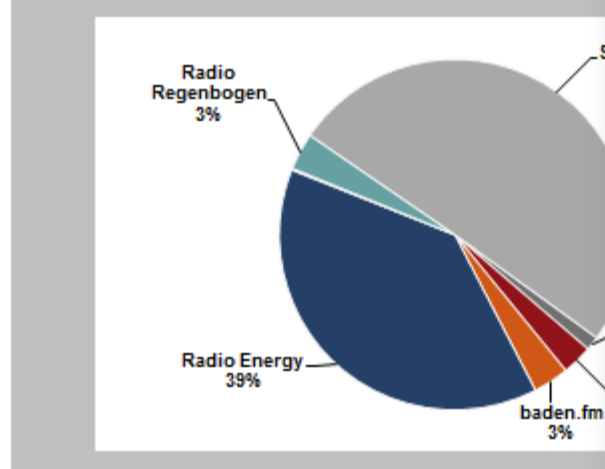
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (3)

Wer hat die meisten Fans?

Start Facebookpräsenz

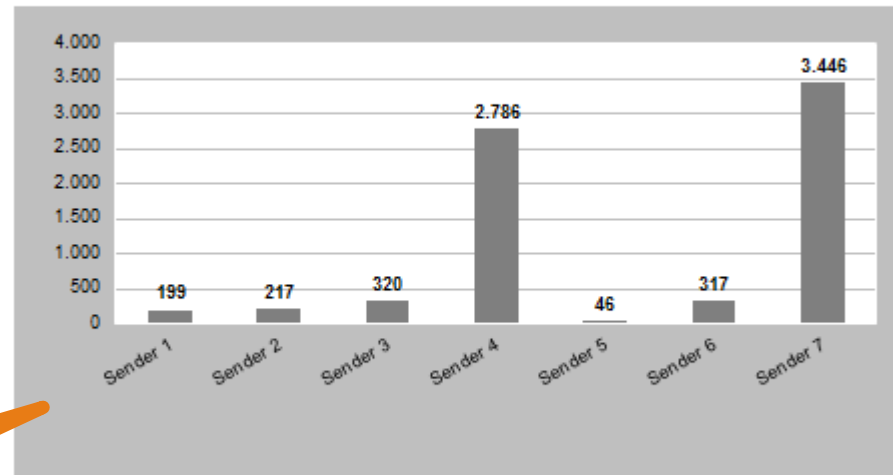
Verteilung der Fans



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Start Facebookpräsenz

Fanquote (Anzahl Fans pro Monat Facebookpräsenz)



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Welcher Wettbewerber hat den größten Fanzuwachs?

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

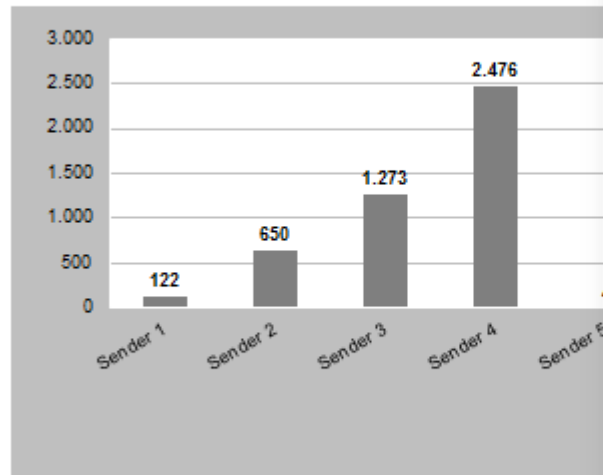
Beispielseiten (4)

Auf welchem Profil ist der meiste Buzz?

Traffic und Engagement

Traffic

Anzahl der Gesamtpostings



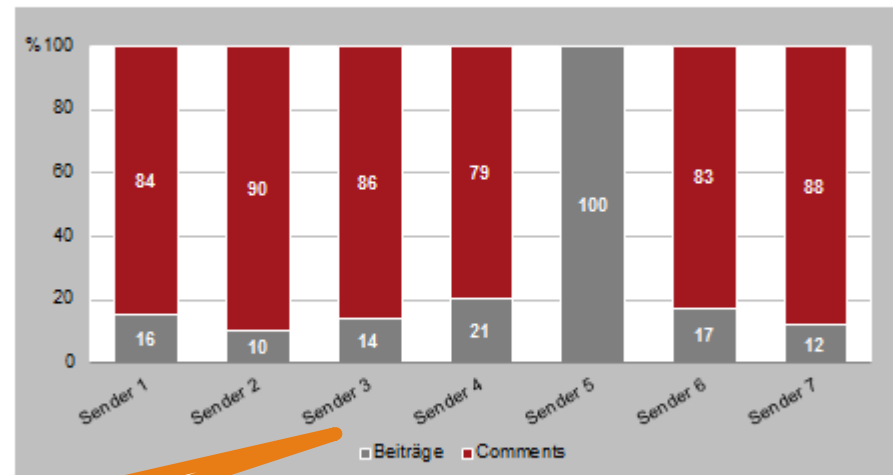
Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)



Traffic und Engagement

Traffic

Aufteilung der Postings in Beiträge und Comments



Quelle: Profilsseiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)



Ist das Verhältnis von Aktion und Reaktion ausgeglichen?

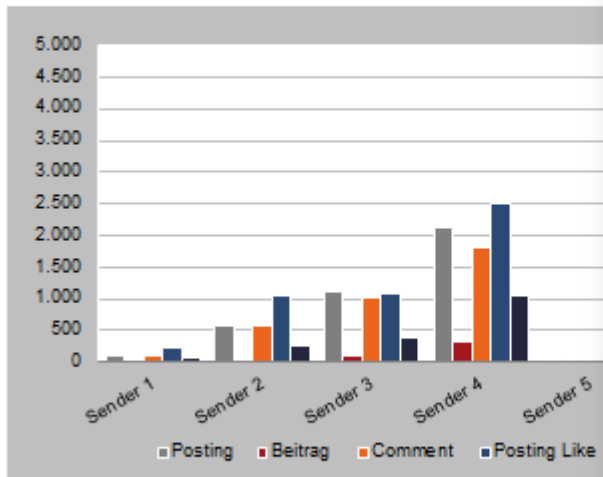
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten teilweise fiktive Daten. Die Unternehmen sind in den Beispielseiten anonymisiert.

Beispielseiten (5)

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

Traffic und Engagement Engagement der Fans

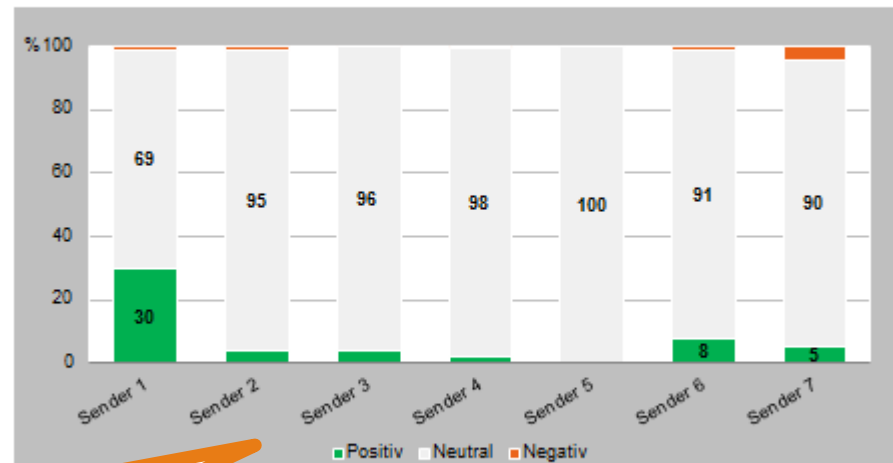
Engagement der Fans



Quelle: Profildaten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Traffic und Engagement Engagement der Fans

Tonalität



auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

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 + (Comme

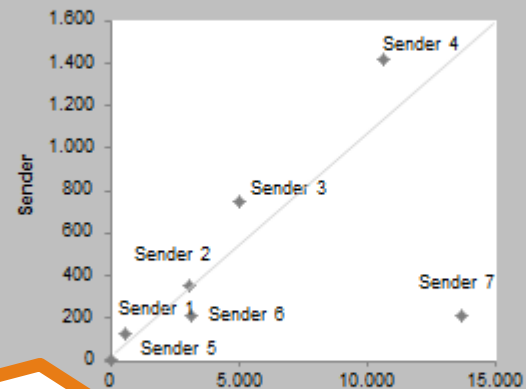
Radiosender	Aktivitätsindex	
	Gesamt	Sender
Sender 1	688	
Sender 2	3.390	
Sender 3	5.752	
Sender 4	12.009	
Sender 5	22	
Sender 6	3.376	
Sender 7	13.888	

Quelle: Profileiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

Traffic und Engagement

Aktivitätsindex

Aktivitätsindex – Senders vs. Fans



Quelle: Profileiten auf Facebook, zusammengestellt durch research tools (Stand 01.08.2011)

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

Beispielseiten anonymisiert.



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

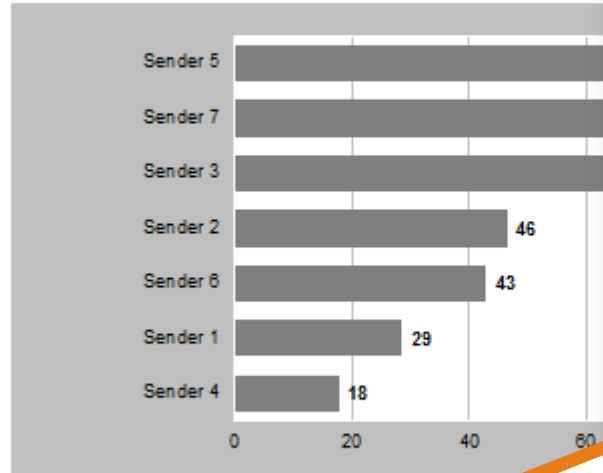
Studiensteckbrief zur Studie Facebook
Radiosender in
Baden-Württemberg 2011

Beispielseiten (7)

Welcher Anbieter ist Sieger im Ranking?

Ranking

Ranking



research tools

Ergebnisüberblick und Handlungsempfehlungen je Radiosender

Sender2

Zahl der Features	5
Zahl der Marketingaktivitäten	1
Präsenzdauer	21
Zahl der Fans	4.635
Fanquote	217
Aktivität pro Sender	355
Fans	3.035
positiv	23
negativ	6
neutral	547

Pro:

- > Gute Anzahl an tatsächlich aktiven Fans
- > Fußball-Liveticker

Contra:

- > Relativ geringe Unternehmensaktivität
- > Feature ohne Inhalt
- > Niedrige Fanzahl und Fanquote
- > Keine Beiträge von Fans

Empfehlung:

- > Mehr Unternehmensaktivität
- > Mehr individuelle Feature, mit aufschlussreichem Inhalt
- > Nutzung der Marketingmöglichkeiten der Seite
- > Beiträge auch von Fanseite

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 Radiosender in Baden-Württemberg 2011 “ (Berichtszeitraum Juli 2011)

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Ort/Datum

Unterschrift

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