

comrecon°

Wir analysieren die Zeichen des Marktes

Social Media Studie

Studie zur Nutzung von Social Communities, Schwerpunkt facebook
im Auftrag der ambuzzador Marketing GmbH

September 2010

Das Untersuchungsdesign

Online-Umfrage unter facebook-UserInnen

Online-Umfrage

- Zielgruppe: facebook-UserInnen (aktiv und passiv)
- Sample: 500 ÖsterreicherInnen zw. 14 und 54 Jahren, repräsentative Verteilung nach Alter und Geschlecht der facebook-UserInnen (Quelle: <http://www.checkfacebook.com/>, Stand: 1.9.2010)
- Vorwiegend geschlossene Fragen
- Dauer ca. 15 Minuten
- Befragungszeitraum: 1.-8. September 2010

Fragestellung: Wo liegen die Grenzen der Kundenkommunikation auf facebook?

Wo die Chancen, wo die Risiken?

- Bekanntheit und Nutzung von Foren und Communities
- Privatsphäre und Sicherheit
- Akzeptanz von Werbung in Social Communities/facebook
- Einflussfaktoren auf Akzeptanz von Fanpages
- Beispiel Bipa Fanpage

Bei der Auswertung wurden auch multivariate Methoden zum Einsatz gebracht

- Clusteranalyse (brachte keine aussagekräftigen Clustertypen hervor)
- Faktorenanalyse zur Berechnung der Einflussfaktoren pro und contra Fanpages
- Regressionsanalyse zur Bestimmung der Gefälligkeitsfaktoren der Bipa Fanpage

Struktur der Befragten

Repräsentativ für facebook-UserInnen in Bezug auf Alter und Geschlecht

in Prozent	Total
	n=501
ALTER	
14 Jahre	0
14 bis 17 Jahre	11
18 bis 24 Jahre	31
25 bis 34 Jahre	31
35 bis 44 Jahre	16
45 bis 54 Jahre	11
55 Jahre und älter	0
GESCHLECHT	
männlich	50
weiblich	50
WOHNORT	
Wien	25
Burgenland	5
Salzburg	6
Niederösterreich	19
Steiermark	15
Tirol	9
Oberösterreich	14
Kärnten	5
Vorarlberg	3

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Bekanntheit von Social Communities

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Ergebnisse „Bekanntheit“ auf einen Blick

- **Spontane Bekanntheit von Social Communities**
 - 90 % denken an facebook: facebook ist damit DAS Soziale Netzwerk
 - 41 % denken an twitter
 - 31 % denken an MySpace
 - 27 % denken an StudiVZ
 - 16 % denken an Xing
 - Nur 7% denken an scene1.at, 3 % an sms.at, 1 % denkt an YouTube: diese Communities werden also offenbar nicht als Soziale Netzwerke „einsortiert“.
- **Gestützte Bekanntheit von Social Communities**
 - 100 % kennen facebook
 - 94 % kennen YouTube
 - 73 % kennen sms.at
 - nur 2 % bzw. 1 % kennen foursquare und Gowalla

Spontane Bekanntheit von Social Communities

Breite Bekanntheit unterschiedlicher Communities unter facebook-UserInnen



in Prozent	Total
	n=501
facebook	90
twitter	41
MySpace	31
StudiVZ	27
Xing	16
Netlog	13
MeinVZ	7
Szene1	7
SchülerVZ	5
msn.messenger	5
Skype	4
ICQ	3
sms.at	3
Loklisten	2
Eventshooters	2
LinkedIn	2
werkenntwen.de	2
Youtube	1
Sonstige	25

in Prozent



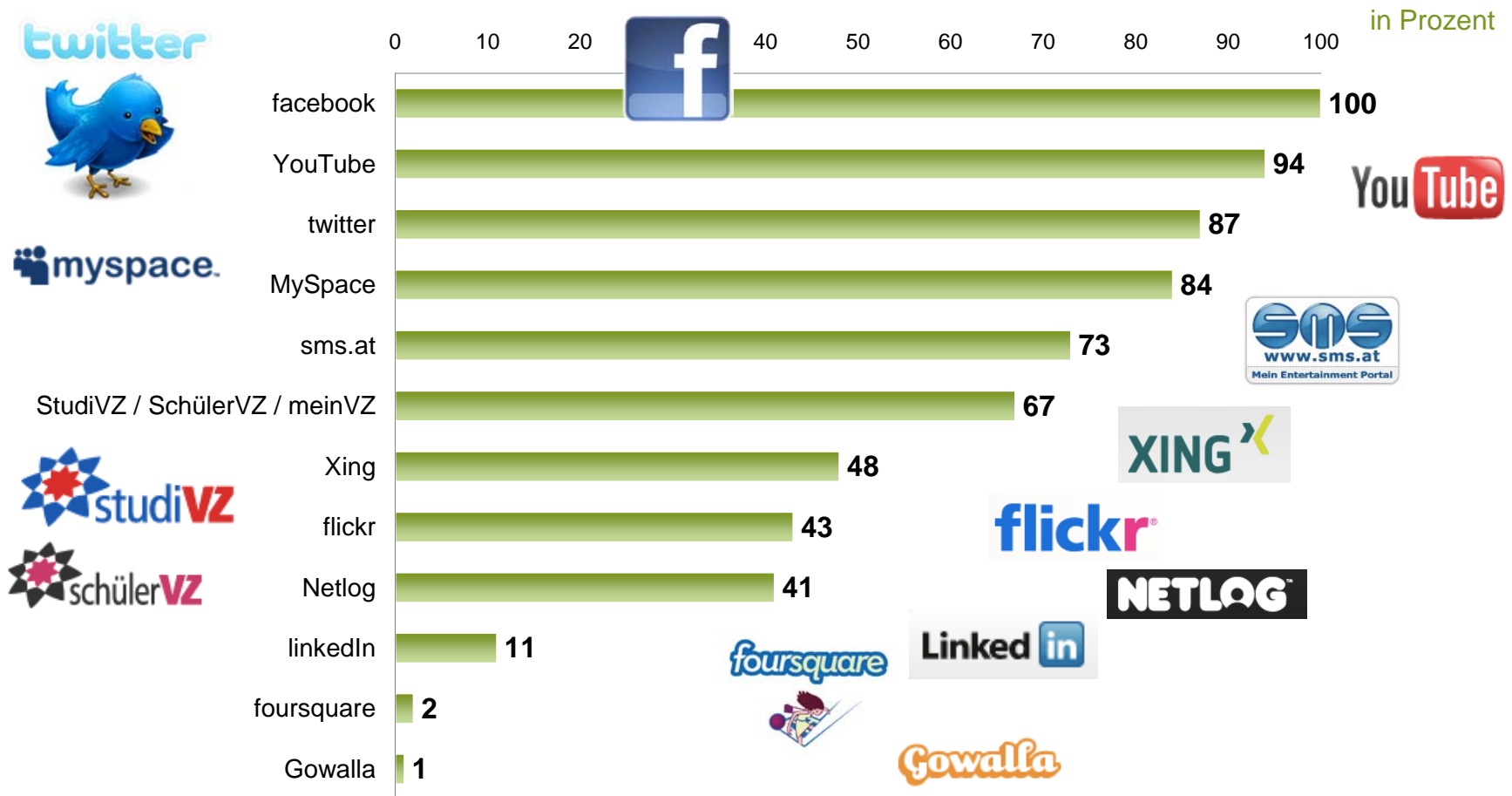
Frage 3: Welche Social Communities im Internet fallen Ihnen spontan ein?

Basis: total, n=501

Spontan, Mehrfachantwort

Gestützte Bekanntheit von Social Communities

Hohe Bekanntheit verschiedener Communities bei facebook-UserInnen



Frage 4: Welche der folgenden Social Media Plattformen kennen Sie zumindest vom Namen her?

Basis: total, n=501

Gestützt, Mehrfachantwort

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Nutzungsintensität und -motive

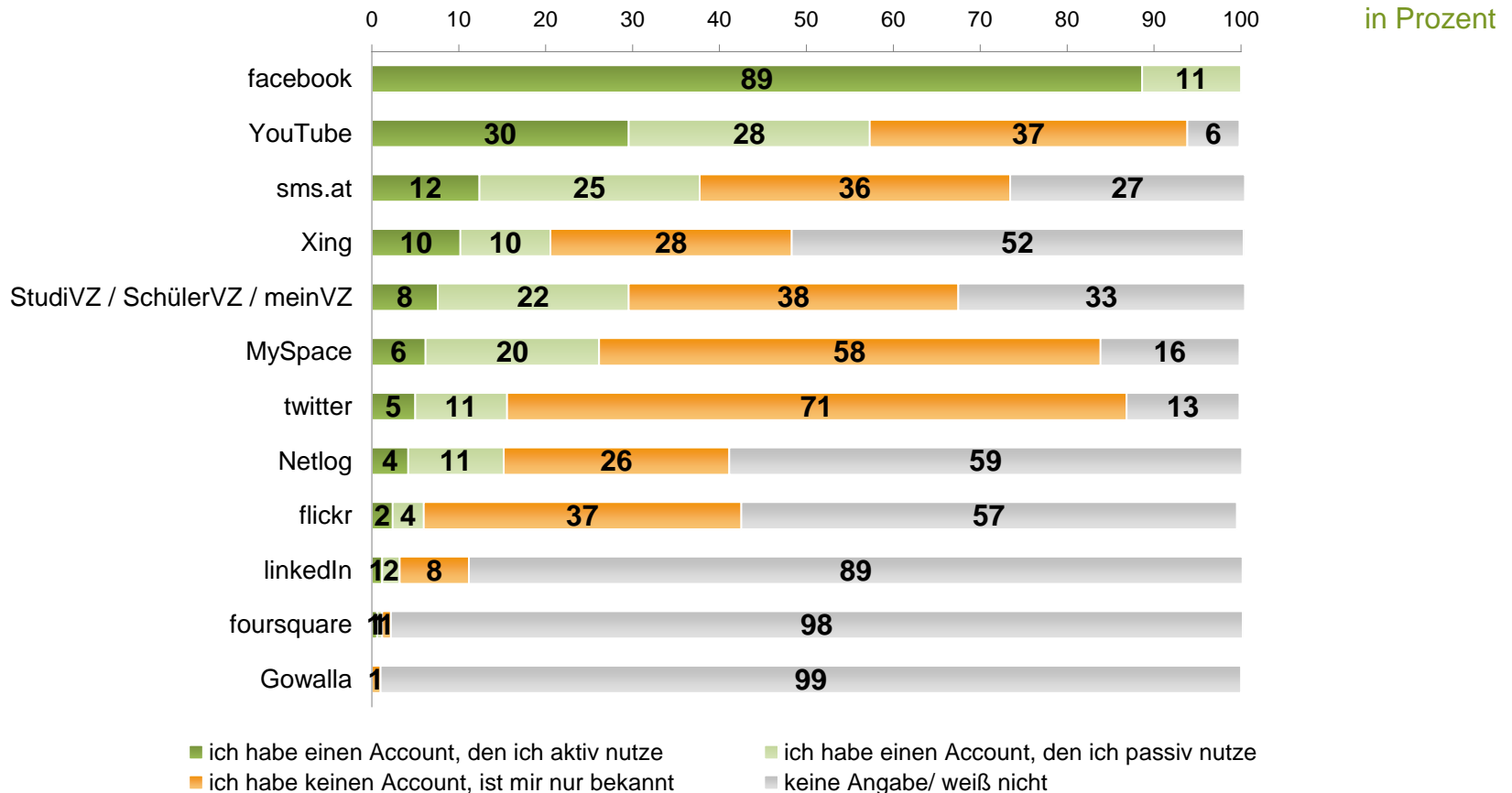
Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Ergebnisse „ Nutzungsintensität und –motive“ auf einen Blick

- „facebooker“ sind täglich bis zu einer Stunde in facebook aktiv, wobei die 14 – 34-Jährigen am ehesten mehrmals täglich einsteigen.
- 89% der facebook User nutzen ihren Account aktiv (=regelmäßiges Kommentieren anderer Beiträge und selbst Einstellen von Beiträgen).
- twitter ist 87 % bekannt (gestützte Bekanntheit), allerdings haben 71 % aller Befragten keinen twitter Account.
- facebook: 90 % nutzen ihren Account ausschließlich privat; auch die übrigen abgefragten Social Communities werden hauptsächlich privat genutzt.
- die häufigsten Nutzungsmotive für facebook:
 - Kontakte pflegen, Networking (76 %)
 - Persönliches preiszugeben (55 %)
 - Zeit vertreiben, Spiele spielen (50 %)
 - Neue Leute kennen lernen (49 %)
 - Besonders die 14 – 24-Jährigen nutzen facebook um Persönliches preiszugeben; ab 35 Jahren wird facebook hauptsächlich zum „Kennenlernen von neuen Leuten“ und zur „Suche nach lustigen Dingen zum Weiterschicken“ verwendet.

Nutzung der Communities unterschiedlich

twitter ist vielen bekannt, wird aber weniger genutzt

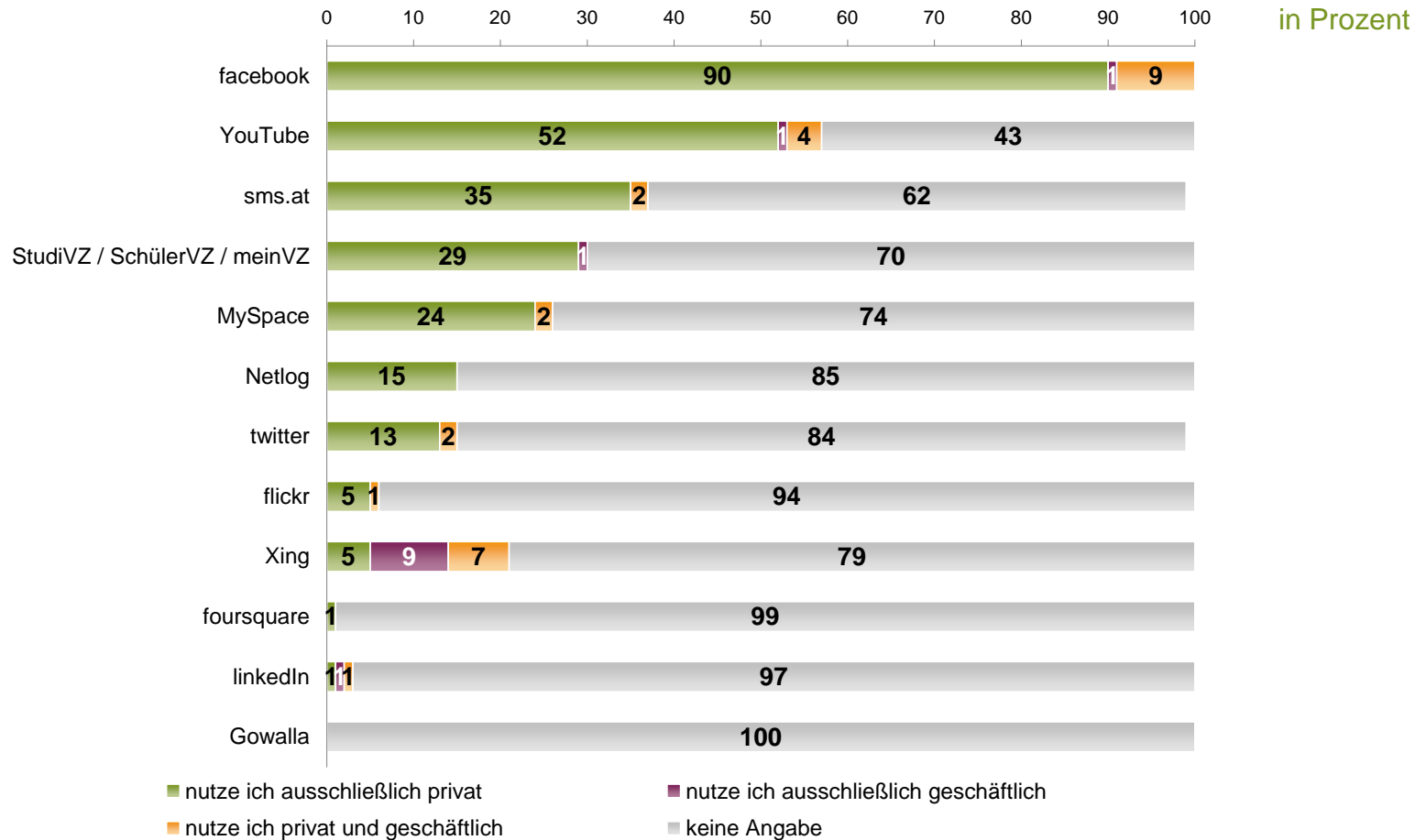


Frage 5: In welchen der Communities haben Sie einen persönlichen Zugang? Nutzen Sie diesen aktiv oder passiv?
 aktiv= regelmäßiges Kommentieren und Beiträge selbst einstellen, passiv= kaum bis gar nicht Kommentieren, keine eigenen Beiträge // Basis: total, n=501

Einfachantwort

Private versus geschäftliche Nutzung

Xing ist die Business-Plattform, die anderen werden überwiegend privat genutzt

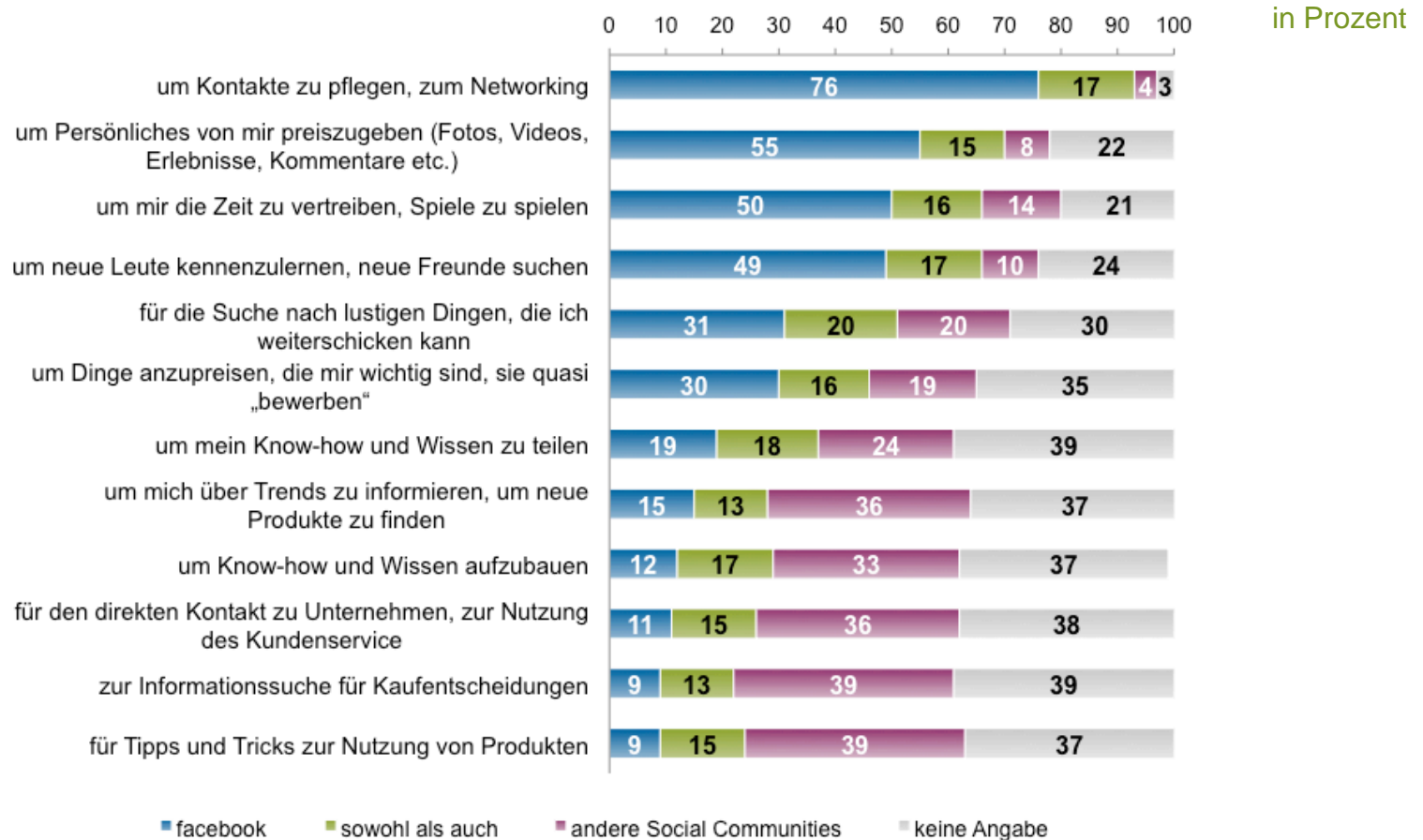


Frage 6: Welche der folgenden Social Communities nutzen Sie privat und welche geschäftlich?
Basis: total, n=501

Einfachantwort

Nutzungsmotive von Social Communities & facebook

Kontaktpflege und sozialer Austausch mit Spaß sind Hauptmotive



Frage 7: Wofür nutzen Sie facebook und andere Social Communities vorwiegend?

Basis: total, n=501

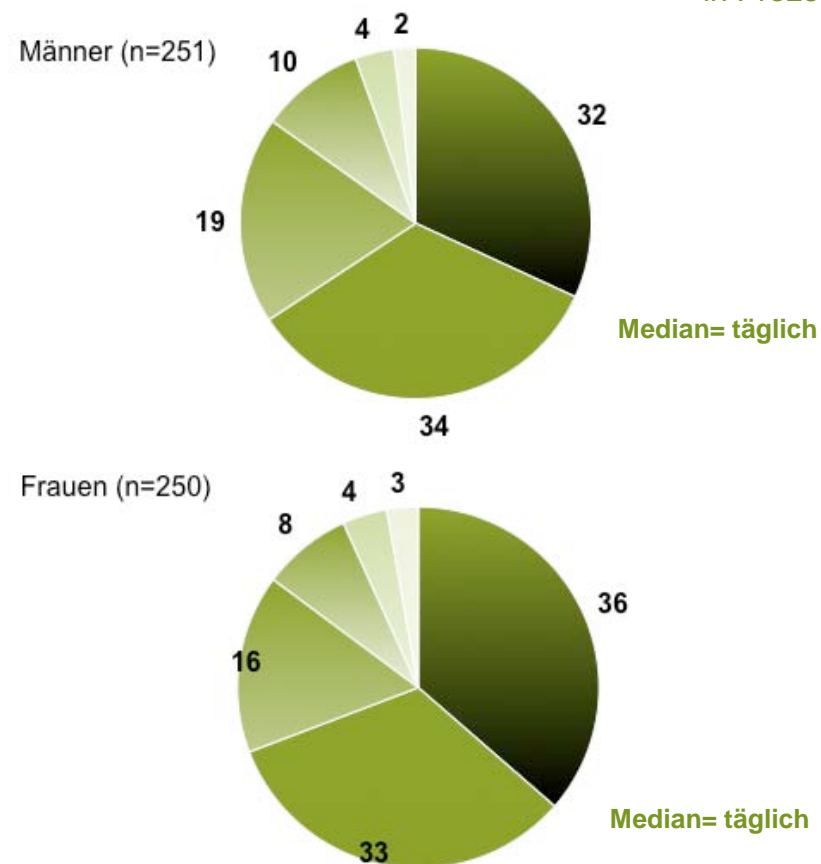
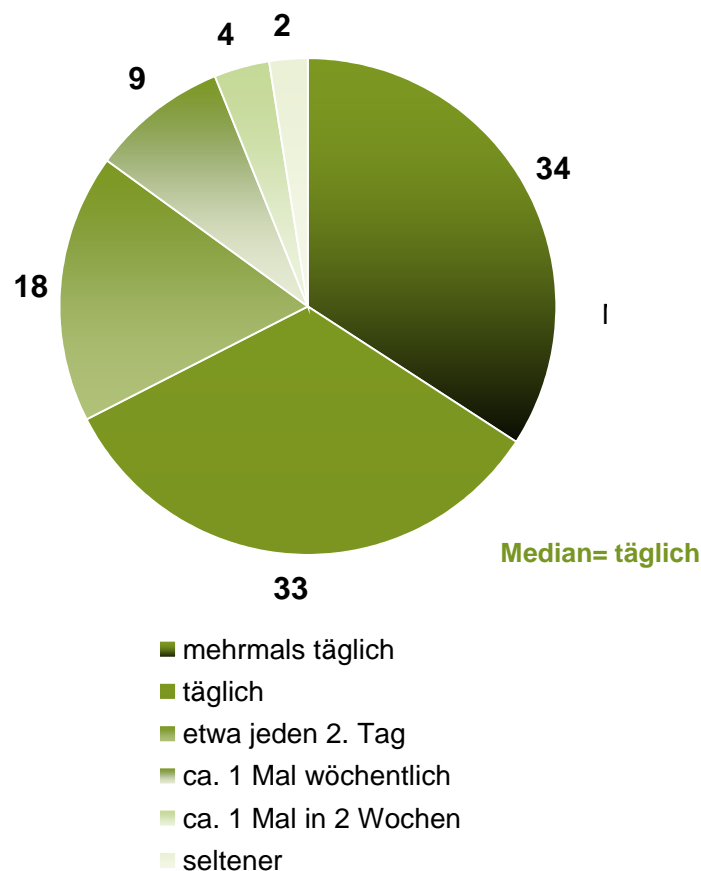
Mehrfachantwort

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Jeder Dritte nutzt mehrmals täglich Social Media

Männer wie Frauen nutzen im Schnitt täglich Social Communities (Median)

in Prozent

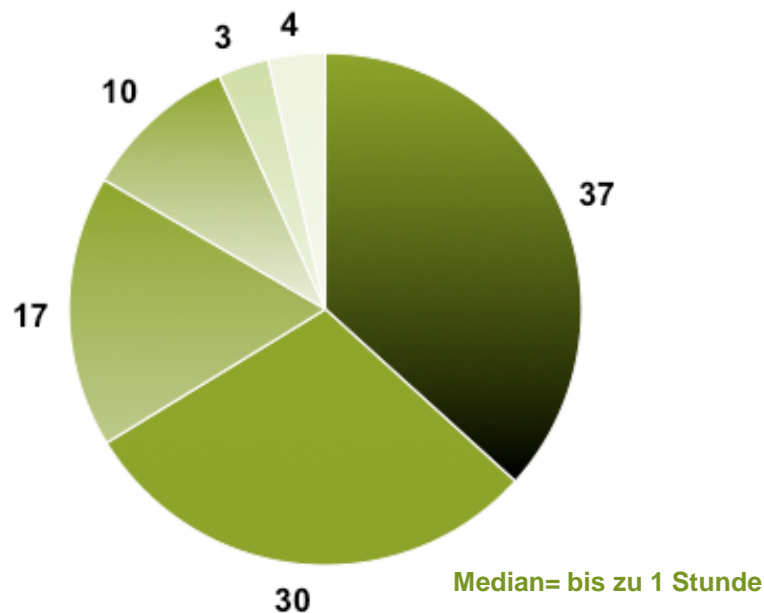


Frage 8: Wie oft nutzen Sie Social Communities in einer für Sie typischen Woche?

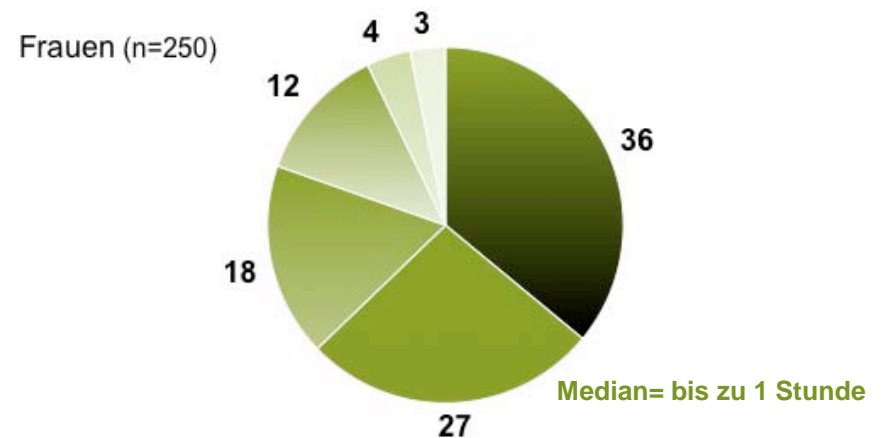
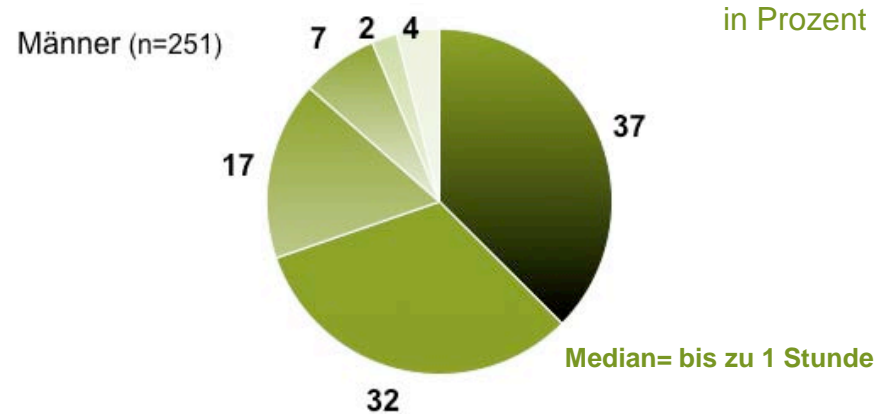
Basis: total, n=501

Einfachfachantwort

Ein Drittel hält sich mehr als 1 Stunde in Communities auf Frauen verbringen etwas mehr Zeit als Männer



- bis zu 30 Minuten
- bis zu 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- 2 bis 3 Stunden
- 3 bis 4 Stunden
- mehr als 4 Stunden



Frage 9: Wie lange halten Sie sich in Summe an einem für Sie typischen Tag in Social Communities auf?
Basis: total, n=501

Einfachfachantwort

Bedenken und Sicherheit

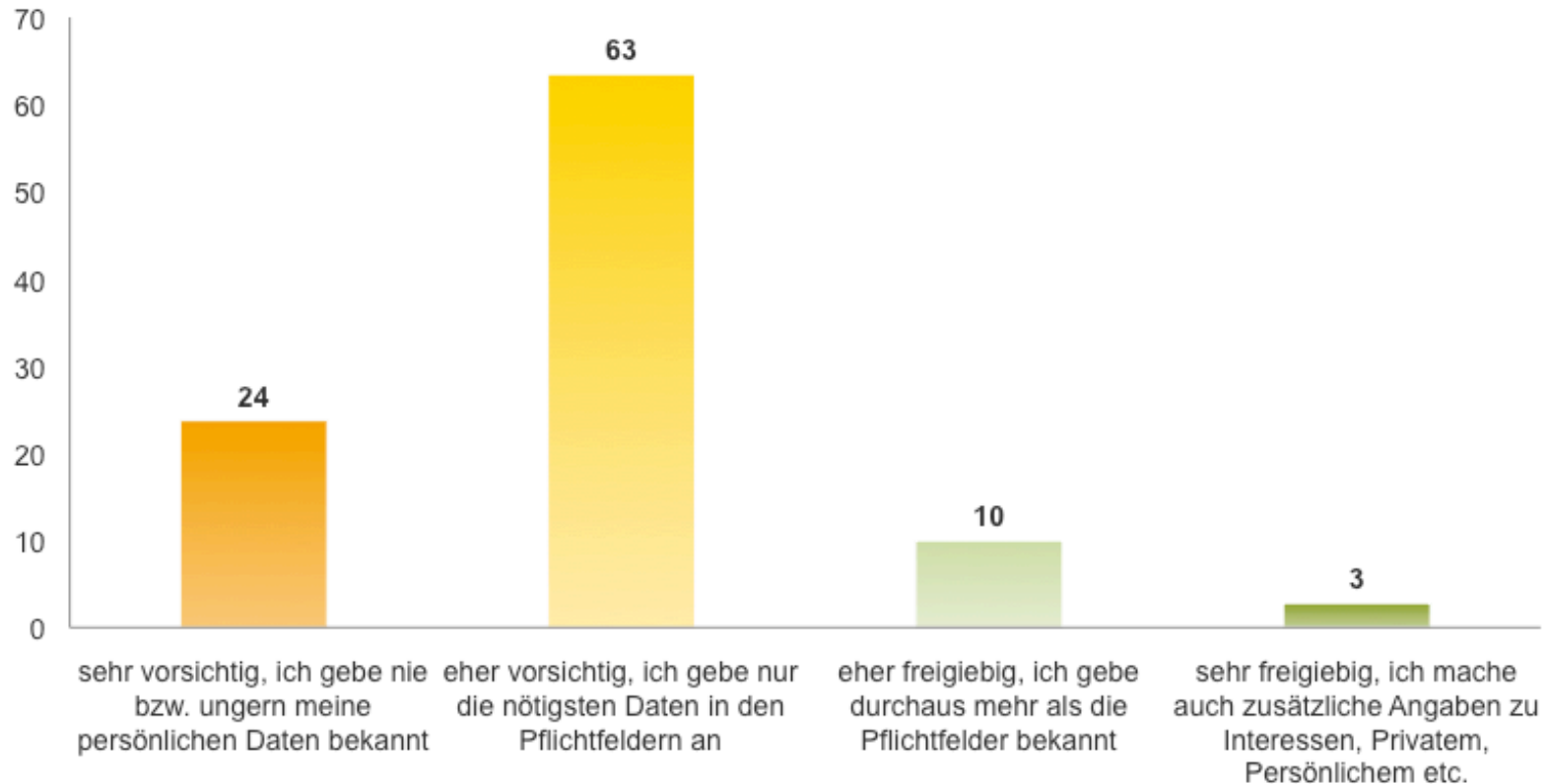
Ergebnisse „Bedenken und Sicherheit“ auf einen Blick

- 63 % gehen mit ihren Daten vorsichtig um und geben nur die nötigsten Daten in den Pflichtfeldern an.
 - Jeder fünfte 14-17-Jährige ist sehr freigiebig in Bezug auf persönliche Daten.
 - Ab 45 Jahre werden die Befragten vorsichtiger mit der Bekanntgabe ihrer Daten.
 - Unternehmer und Studenten sind am freigiebigsten.
- Bedenken hauptsächlich in Bezug auf Belästigung durch Unternehmen (Werbung) und Daten-Missbrauch bei Zahlungen.
 - Ab 45 Jahren steigen die Bedenken im Bezug auf persönliche Belästigung und Daten-Missbrauch.
 - Die 18-24-Jährigen haben auch starke Bedenken im Bezug auf Spionage durch den Arbeitgeber.
- Nur rund 10 % haben auf facebook einen Nicknamen, der Anteil an Nicknamen steigt ab dem Alter von 35 Jahren auf 20%.

In Social Communities ist Vorsicht geboten

Freigiebig ist ca. jeder Zehnte mit persönlichen Daten

in Prozent



Frage 10: Wie gehen Sie mit Ihren persönlichen Daten in Social Communities um?

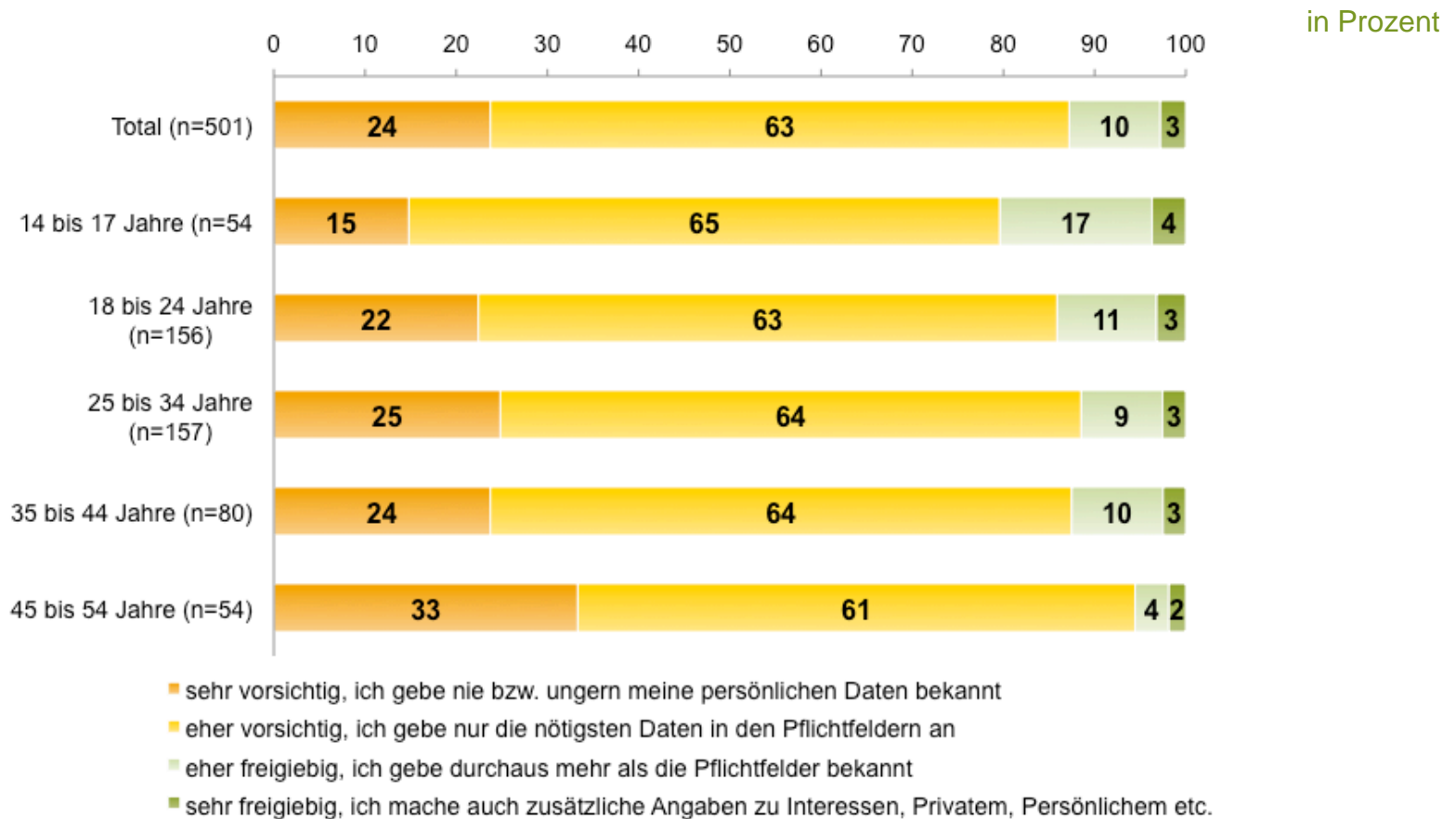
Basis: total, n=501

Einfachfachantwort

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Skepsis steigt mit steigendem Alter

Zw. 14 und 17 Jahren geht man eher freizügig mit seinen Daten um



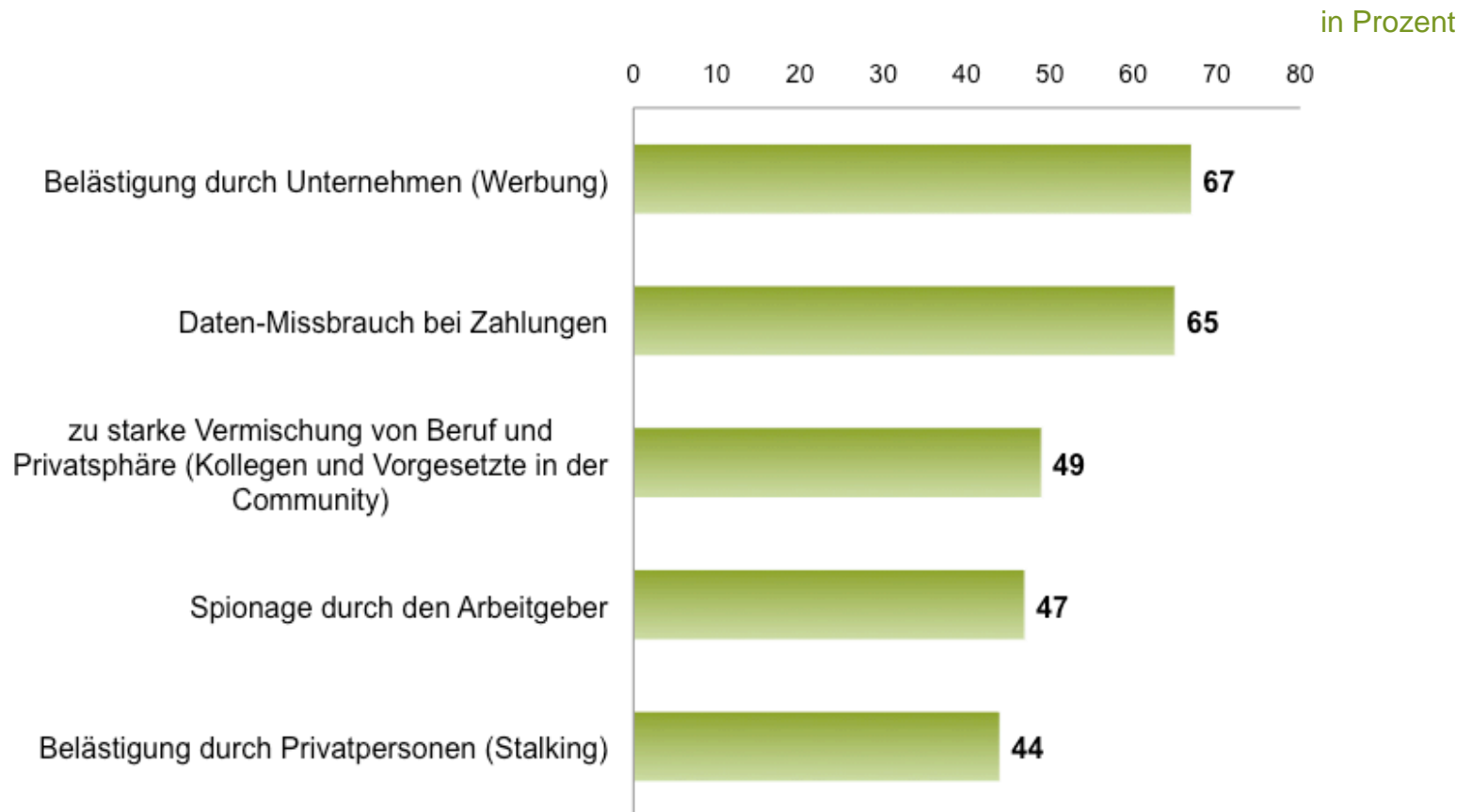
Frage 10: Wie gehen Sie mit Ihren persönlichen Daten in Social Communities um?

Basis: total, n=501

Einfachfachantwort

Bedenken in Bezug auf Belästigung sind hoch

Daten könnten in falsche Hände geraten, was zu Belästigung und Missbrauch führt



Frage 11: Wie groß sind Ihre Bedenken generell gegenüber Social Communities?

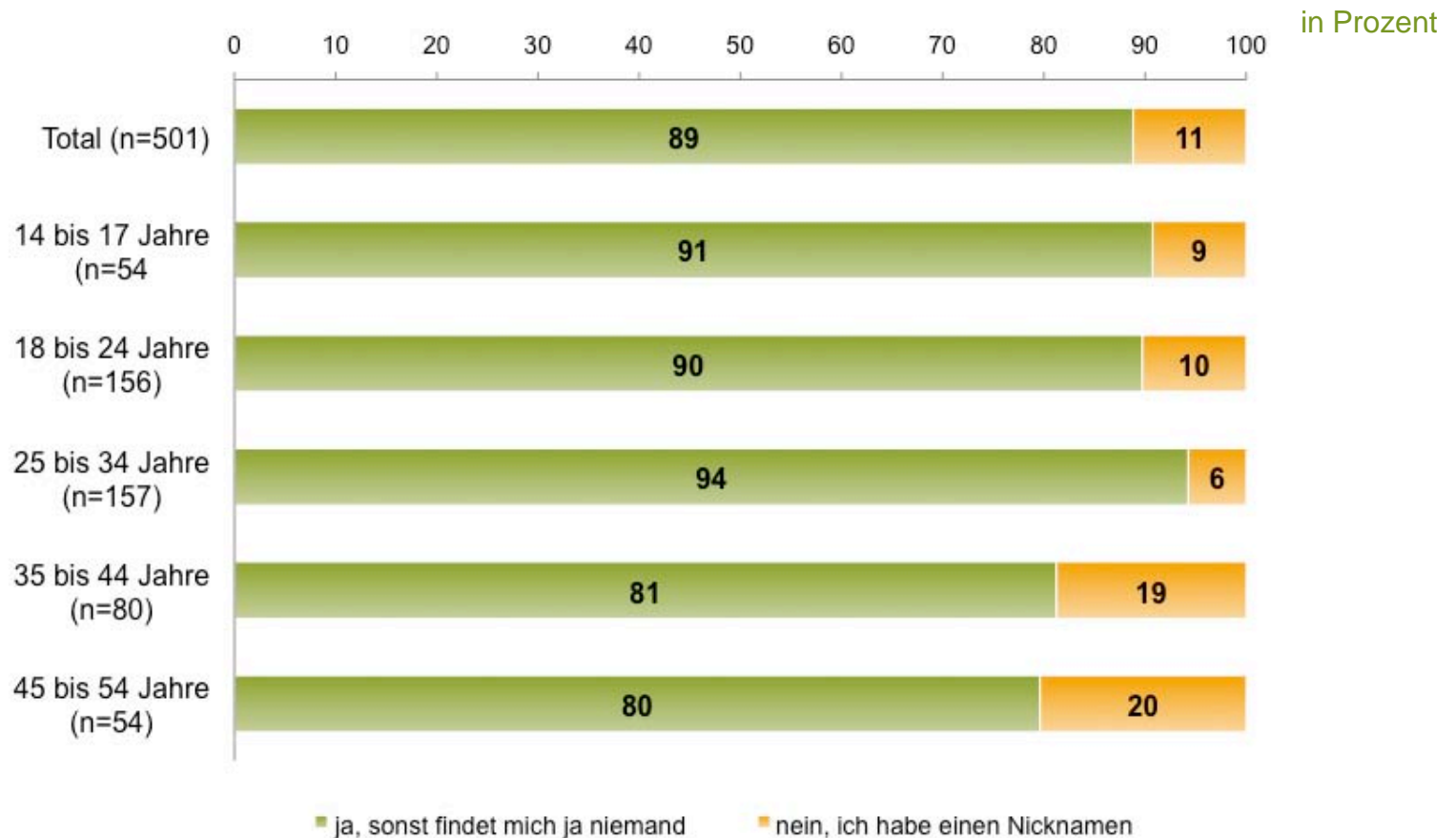
Basis: total, n=501

Skala 1 bis 5, Top-Box-Werte 1+2

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Jeder Zehnte benutzt in facebook einen Nickname

Ab 35 verwendet jeder Fünfte einen Nickname



Frage 12: Benutzen Sie in facebook Ihren richtigen Vor- und Nachnamen?
Basis: total, n=501

Einfachantwort

Akzeptanz und Weiterempfehlung

Ergebnisse „Akzeptanz und Weiterempfehlung“ auf einen Blick (1/2)

- **Wichtigste Faktoren für die Weiterempfehlung einer facebook-Seite:** laufend aktuelle Inhalte und Neuigkeiten (81%), lebendige Community (66%) und die persönliche Ansprache (66%).
 - Frauen legen eher wert auf optisch ansprechendes Design und persönliche Ansprache.
 - Männer legen eher wert auf Multimedia Inhalte und Unterhaltung (z.B. Spiele, Applikationen).
 - Vergünstigungen, Rabatte und Aktionen sind erst ab dem Alter von 25 Jahren wichtig.
 - Die Wichtigkeit eines guten Serviceangebots und Unterhaltung steigt mit 45 Jahren.
- **80 % surfen regelmäßig auf Fanpages von Lieblingsmarken und –unternehmen, um zu sehen was es Neues gibt.**

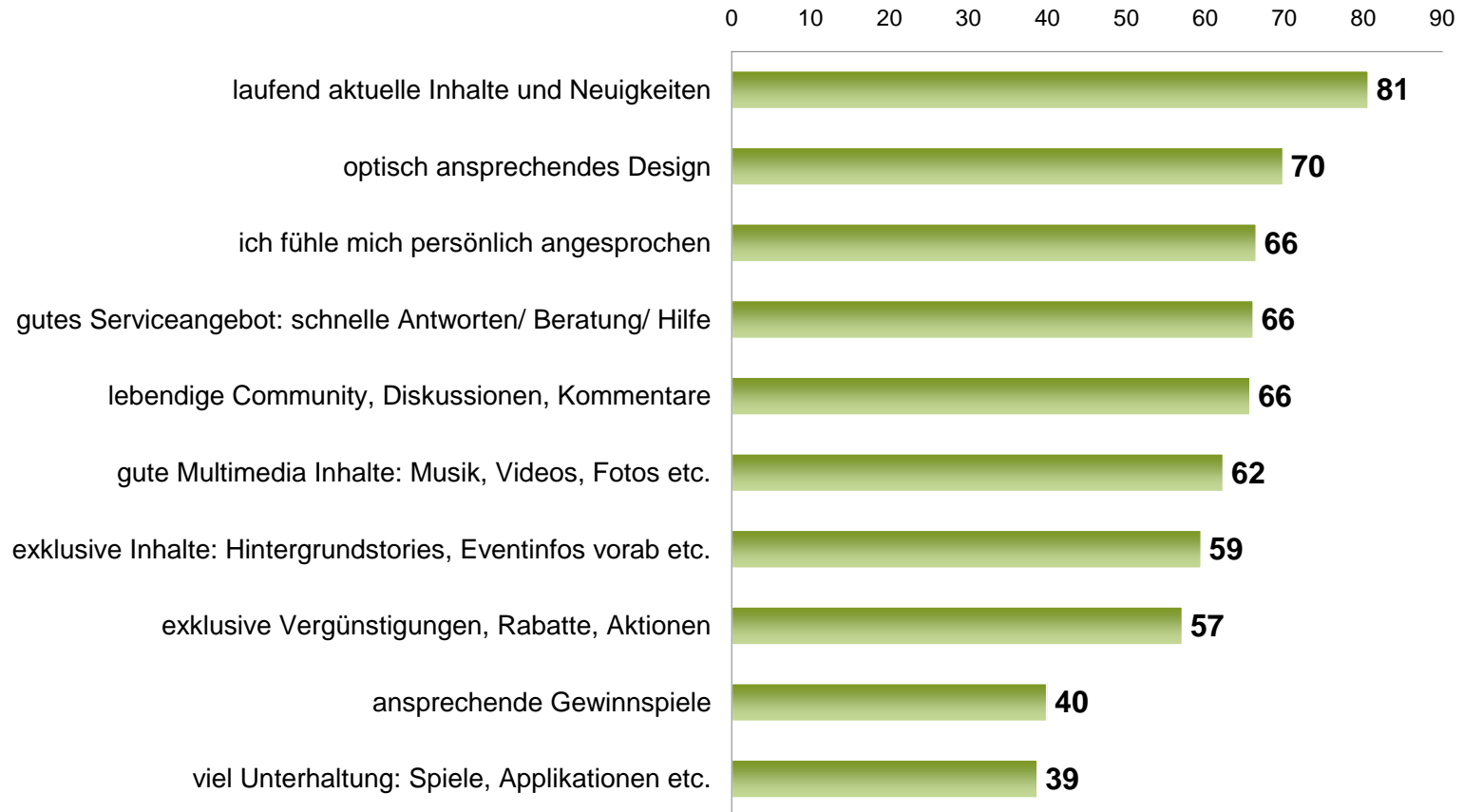
Ergebnisse „Akzeptanz und Weiterempfehlung“ auf einen Blick (2/2)

- **44% teilen Dinge, die Ihnen gefallen, mit ihren Freunden.**
 - 14-17-Jährige wollen laufend News, eine lebendige Community, gute und exklusive Inhalte. Design und Vergünstigungen sprechen sie an. Sie nutzen die direkte Ansprache der Unternehmen und surfen Fanpages gezielt an
 - 18-24-Jährige wollen sich persönlich angesprochen fühlen und exklusive Inhalte geboten bekommen. Laufende News sind wichtig.
 - 25-34-Jährige sind interessiert an exklusiven Vergünstigungen und lesen regelmäßig die Aktualisierungen. Sie lehnen Werbung ab und meiden Seiten, die keinen Mehrwert bieten.
 - Die über 35-Jährigen verfolgen, was auf ihrer Pinwand passiert und sehen sich die Neuigkeiten auf der Startseite an. Sie kommentieren auch gerne die Einträge anderer und sie teilen Dinge, die ihnen gefallen. Sie wollen gutes Design, eine aktive Community und ein reagierendes Unternehmen. Service ist ihnen wichtig. Sie sind sehr kritisch und mögen es gar nicht, wenn ihnen kein Mehrwert geboten wird, das Unternehmen nur wirbt und sich ignorant zeigt.
- **Hauptgründe für den Austritt aus einer Fangemeinschaft:** Großteil der Postings ist Werbung und Ignoranz von Anliegen und Fragen.
 - Männer sind kritischer als Frauen und treten eher aus einer Fangemeinschaft aus.

Wichtige Faktoren einer facebook-Seite für Weiterempfehlung

Neuigkeiten, Design und persönliche Ansprache fördern Empfehlung

in Prozent

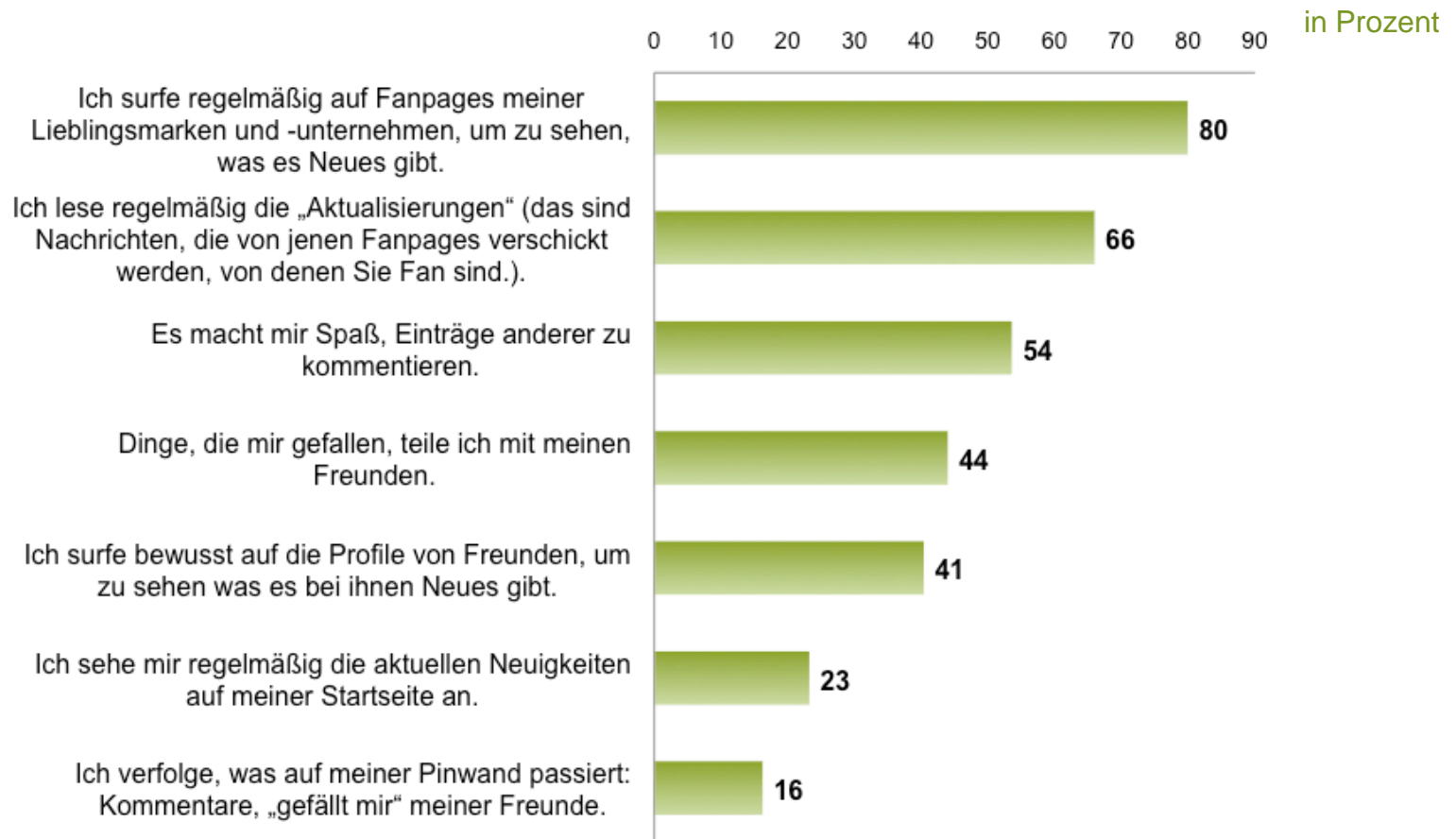


Frage 14: Was muss aus Ihrer Sicht eine facebook Fanpage bieten, damit Sie sie diese weiterempfehlen?
Basis: total, n=501

Skala 1-5, Top-Boxen 1+2

Mehr als drei Viertel surfen regelmäßig Fanpages an

Nutzungsverhalten der facebook UserInnen



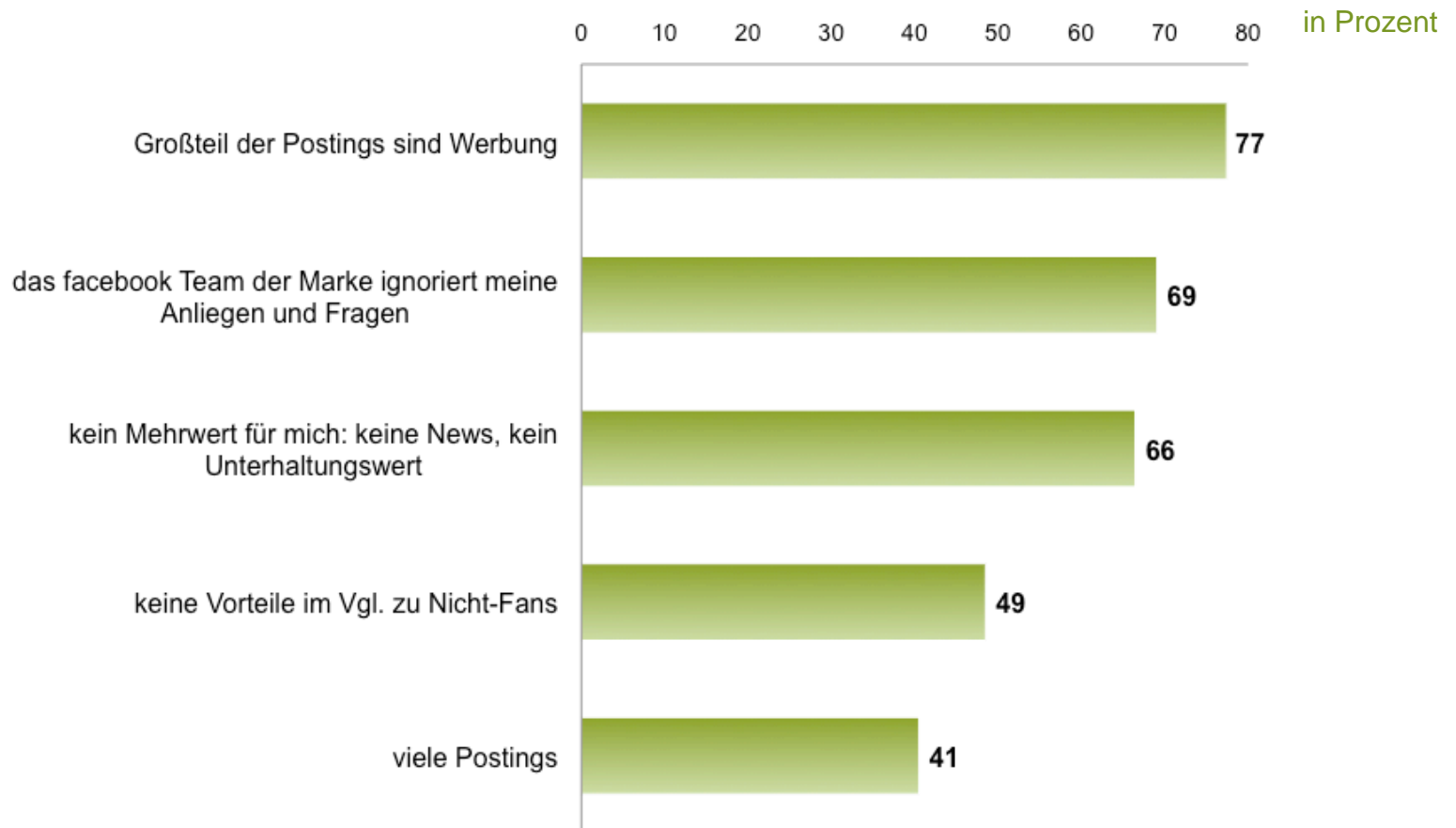
Frage 16: Wenn Sie an Ihre Aktivitäten auf facebook denken, welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?
Basis: total, n=501

Mehrfachantwort

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

Austrittsgründe aus einer Fangemeinschaft

Werbung und Ignoranz gegenüber Fans sind absolute No-Gos



Frage 17: Aus welchen Gründen würden Sie aus einer Fangemeinschaft austreten?
Basis: total, n=501

Skala 1-5, Top Box-Werte 1+2

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)

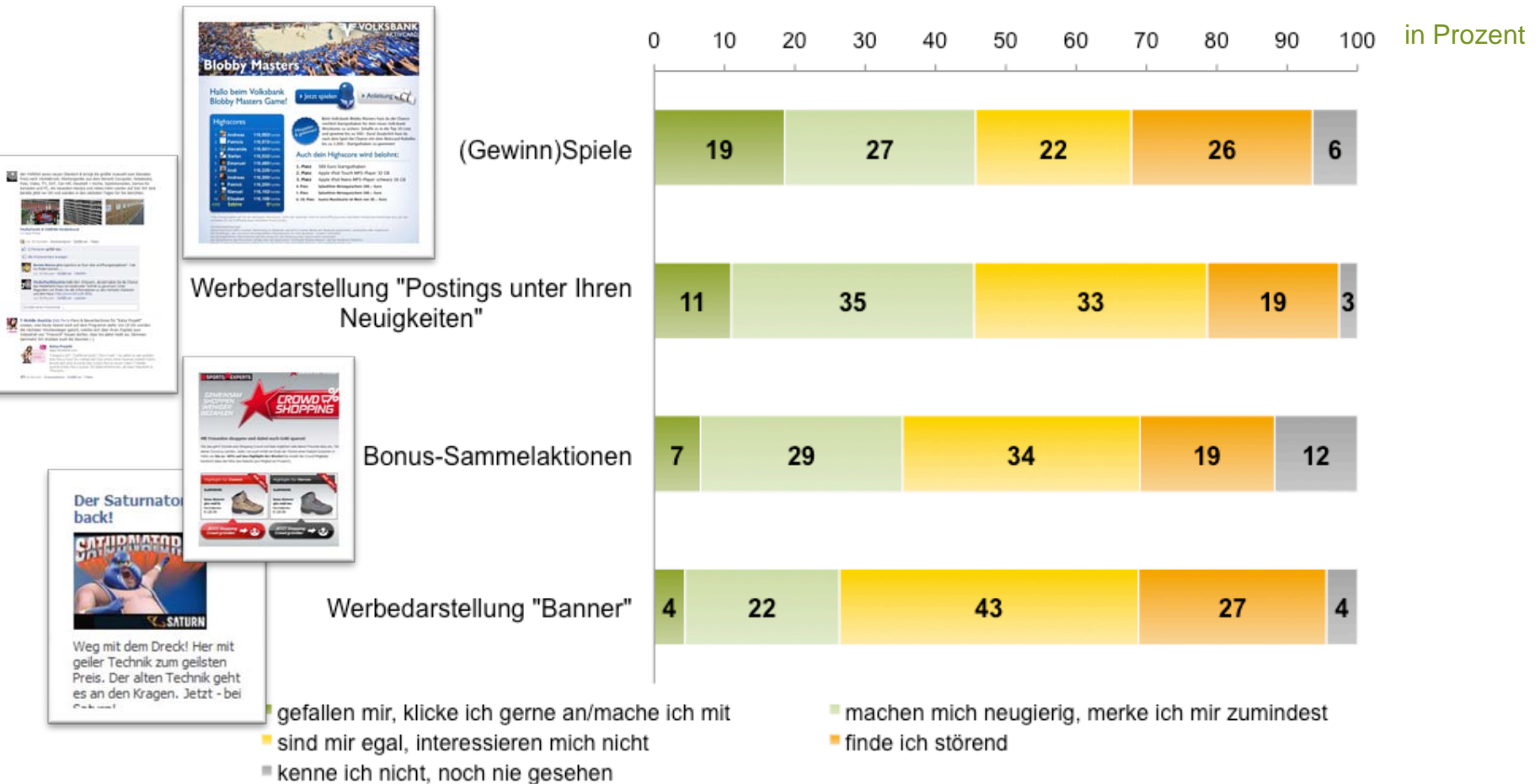
Akzeptanz von Werbung auf facebook

Ergebnisse „Akzeptanz von Werbung auf facebook“ auf einen Blick

- Banner/ Content Ads sind am wenigsten beliebt.
- Postings unter den Neuigkeiten werden von den meisten interessant gefunden oder akzeptiert.
 - Werbepostings werden aber auch als wesentlicher Hauptgrund für das Ausscheiden aus der Fangemeinschaft genannt (77,4%)
- 25-44-Jährige sprechen auch auf Gewinnspiele an.
- Bonus-Sammel-Aktionen sind für 35-54-Jährige von Interesse.

Content Ads werden am ehesten abgelehnt

Postings sind die angenehmsten Werbeformen



Frage 19-22: Wie stehen Sie den folgenden Werbeformen auf facebook gegenüber?
 Basis: total, n=501

Skala 1-5

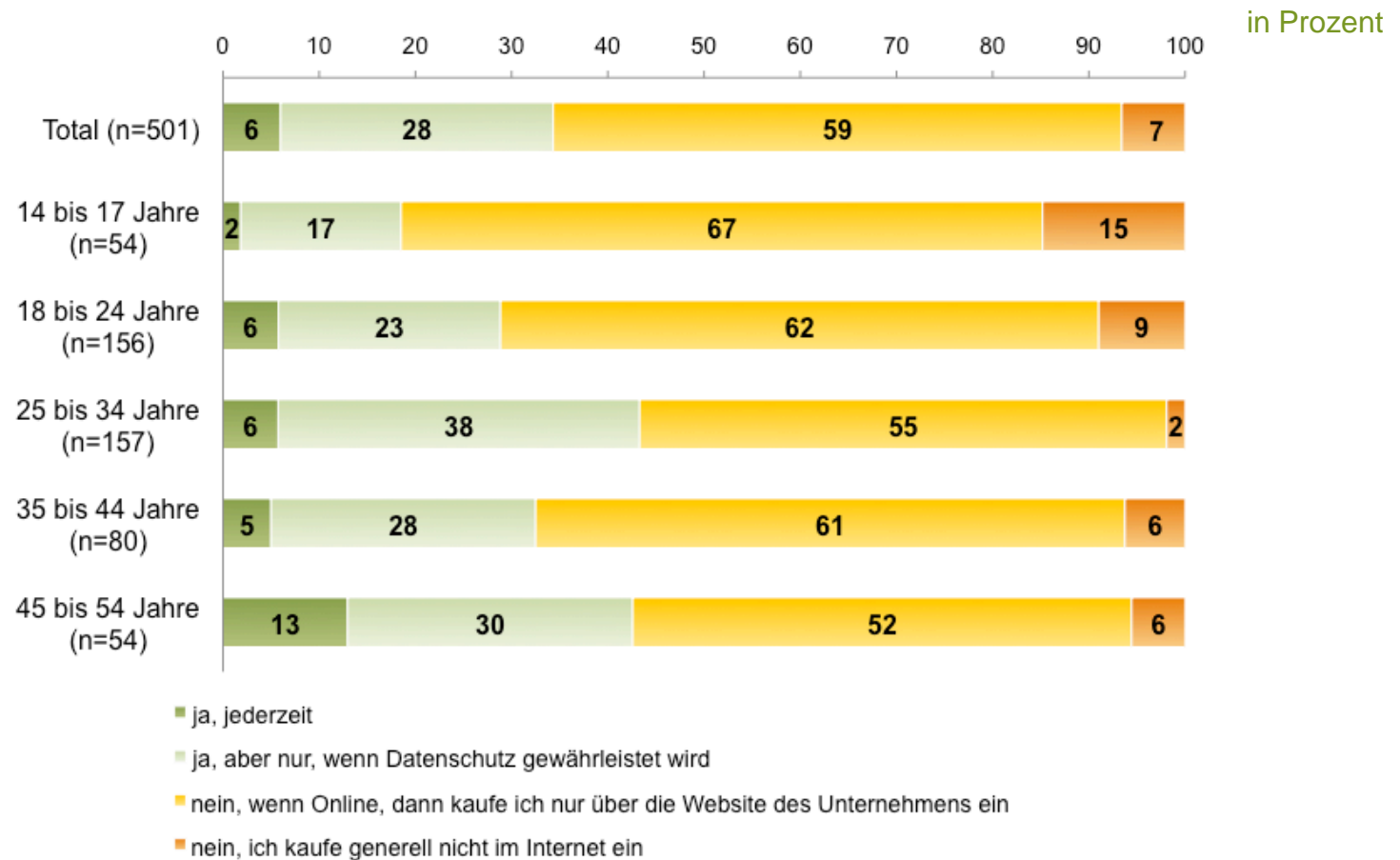
Shopping auf facebook

Ergebnisse „Shopping auf facebook“ auf einen Blick

- Jeder Sechste kann sich jederzeit vorstellen, auf facebook zu shoppen, jeder Dritte sofern Datenschutz gewährleistet wird.
 - 18-24- und 45-54-Jährige zeigen die höchste Affinität gegenüber Kauf in facebook – nahezu jeder Zweite bejaht dies
 - Männer sind dafür etwas mehr aufgeschlossen als Frauen

Ein Drittel kann sich Shoppen über facebook vorstellen

Höchste Aufgeschlossenheit bei den über 45-Jährigen



Frage 23: Können Sie sich vorstellen, über eine facebook-Seite Produkte zu bestellen bzw. zu kaufen?
Basis: total, n=501

Einfachantwort

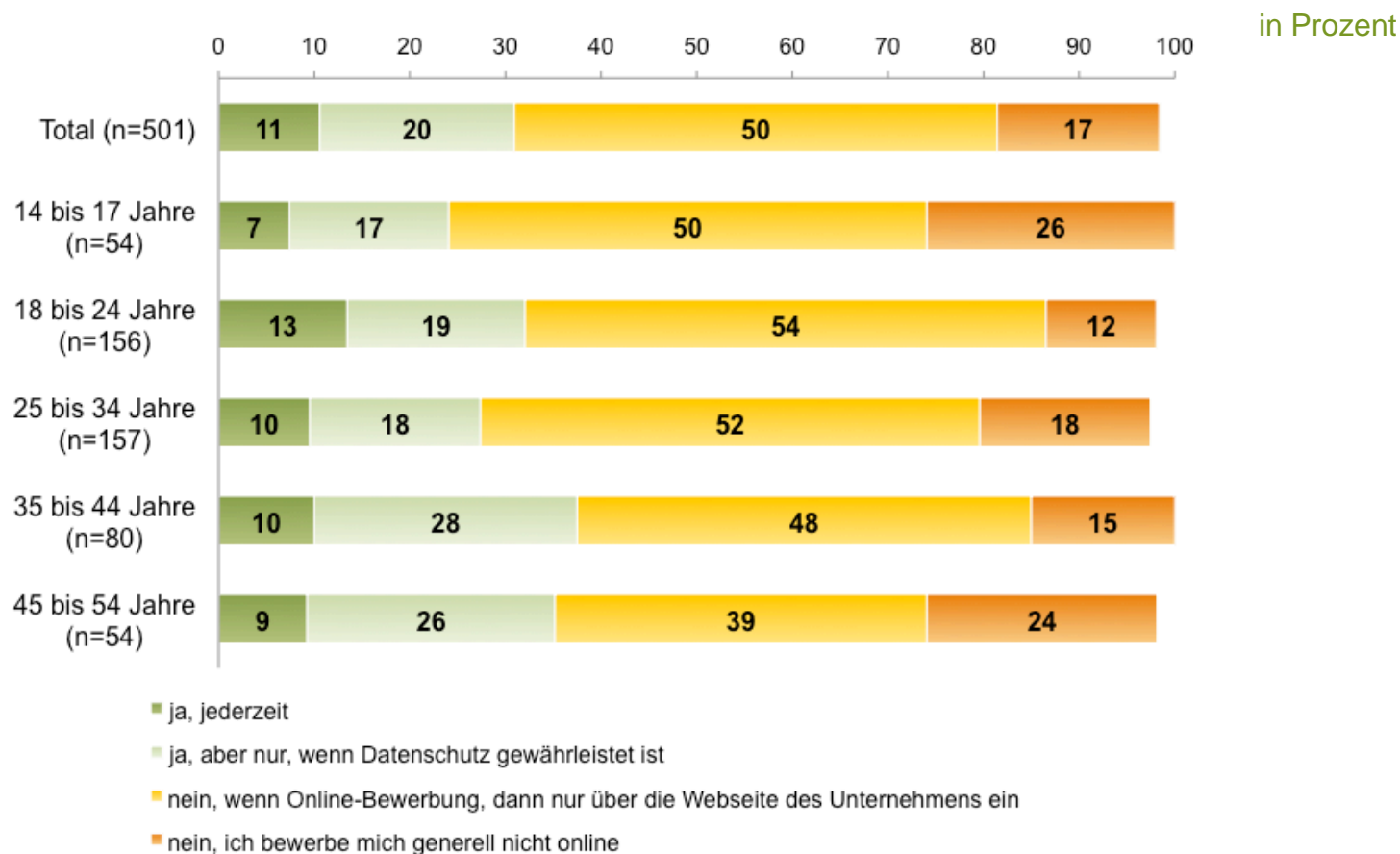
Job-Bewerbung auf facebook

Ergebnisse „Job-Bewerbung auf facebook“ auf einen Blick

- Ein Drittel der Befragten kann sich vorstellen, sich über facebook für einen Job zu bewerben
 - die über 35-Jährigen zeigen erhöhtes Interesse.

Fast jeder Dritte würde sich über facebook bewerben

Über 35-Jährige zeigen mehr Interesse an facebook-Bewerbung



Frage 24: Können Sie sich vorstellen, sich über eine facebook-Seite für einen Job zu bewerben?
Basis: total, n=501

Einfachantwort

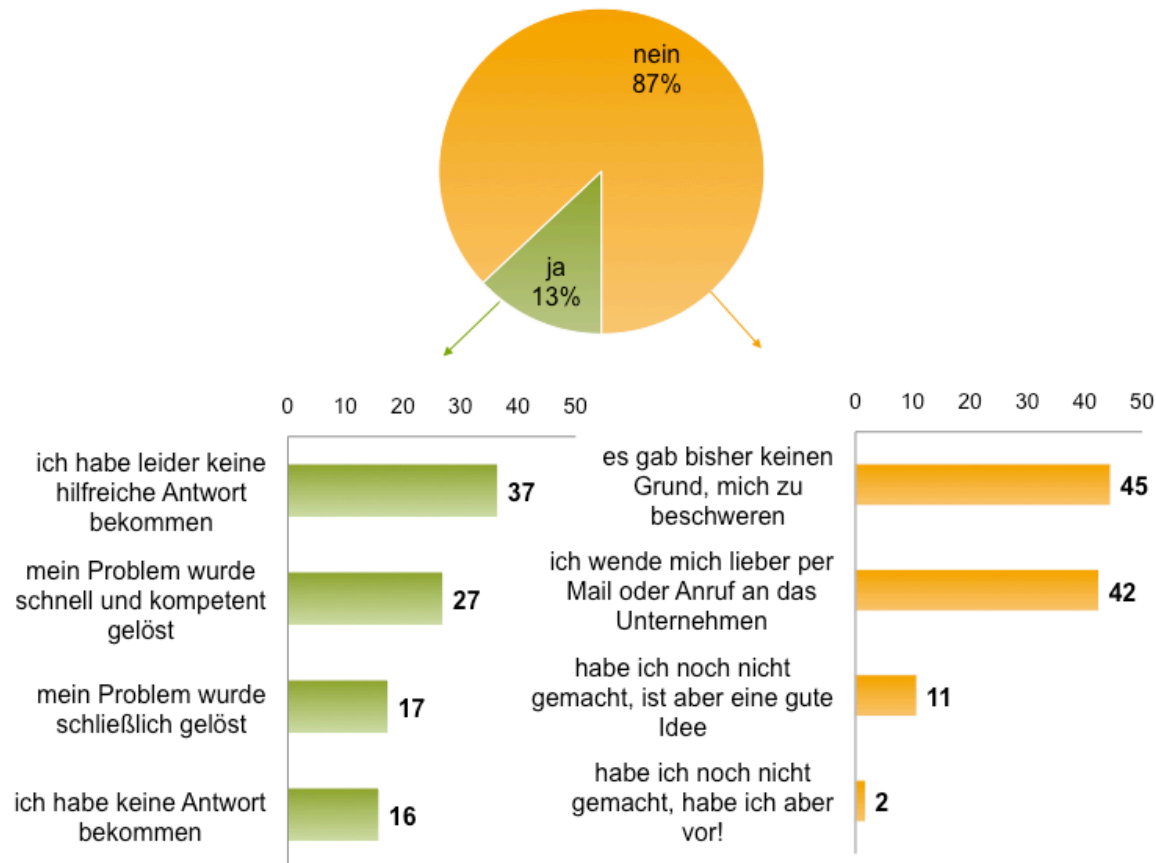
Service-Anfragen auf facebook

Ergebnisse „Service-Anfragen auf facebook“ auf einen Blick

- Von den 13 %, die bereits eine Serviceanfrage oder Beschwerde auf einer Fanpage deponiert haben, haben 37 % keine hilfreiche Antwort bekommen und 16 % haben überhaupt keine Antwort erhalten.
- Weitere 11 % können es sich vorstellen, Ihre Serviceanfragen oder Beschwerden auf facebook zu deponieren.

Jeder Zehnte hat sich bereits über die Fanpage beschwert Aber jeder Dritte hat leider keine hilfreiche Antwort bekommen

in Prozent



Frage 25: Haben Sie schon Erfahrung gemacht, Serviceanfragen oder Beschwerden auf einer Fanpage zu deponieren?
Basis: total, n=501

Einfachantwort

Setzen Sie ein Zeichen!

Kontakt comrecon°

Mag. Charlotte Hager

comrecon° KG

Marktdiagnostik & Strategieberatung

Balthasar-Krauß-Gasse 6 . A-2380 Perchtoldsdorf

c.hager@comrecon.com . +43 1 293 47 25

www.comrecon.com

Kontakt ambuzzador

Mag. Sabine Hoffmann

ambuzzador Marketing GmbH

Zollergasse 2/2/51 . 1070 Wien

sabine.hoffmann@ambuzzador.com . +43 664 917 08 88

www.ambuzzador.com

Die Veröffentlichung oder Vervielfältigung der Studie oder Auszügen davon, bedarf folgender Kennzeichnung:
„Social Media Studie comrecon° Marktdiagnostik & Strategieberatung im Auftrag von ambuzzador, September 2010 mit
500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)“

Social Media Studie, September 2010 mit 500 österreichischen facebook-Userinnen (repräsentativ)