

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



# Facebook Fanpage Index

Ergebnis-  
Abriss

März 2014



## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 2.743 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 03.03.2014 – 17.03.2014
- **Screening:** Alter, Nutzung von Facebook
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 25 geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- für die gesamte Studie



## Facebook-Fanpages im Test:

---

- 3Österreich
- 5 Gum
- A1
- Almdudler
- Amazon.de
- Audi Österreich
- Austrian Airlines
- Billa
- BIPA
- BMW Austria
- Captain Morgan
- Converse
- DiTech
- dm drogerie markt Österreich
- Gösser
- H&M
- Hofer Österreich
- HUMANIC
- Ice-Watch
- Lidl Österreich
- McDonald's Österreich
- Media Markt Austria
- Merkur
- Monster Energy
- Nespresso
- New Yorker
- NIVEA
- Nutella
- OTTO Österreich
- Peek&Cloppenburg Österreich
- PlayStation
- Pringles
- Puntigamer
- Red Bull
- Samsung Österreich
- Saturn Austria
- Skype
- SPAR Österreich
- Starbucks
- Stiegl
- stylefruits
- Thalia Österreich
- Urlaub in Österreich
- Victoria's Secret
- Volkswagen Österreich
- ZARA
- Zipfer



## Erkenntnisinhalte:

---

**„Facebook Fanpage Index“:** Der Facebook Fanpage Index ist eine aggregierte Kennziffer zur Qualitätsbeurteilung einer Fanpage auf Facebook und wird auf Basis der Top-Box-Werte aus insgesamt 12 Index- Fragen gebildet.

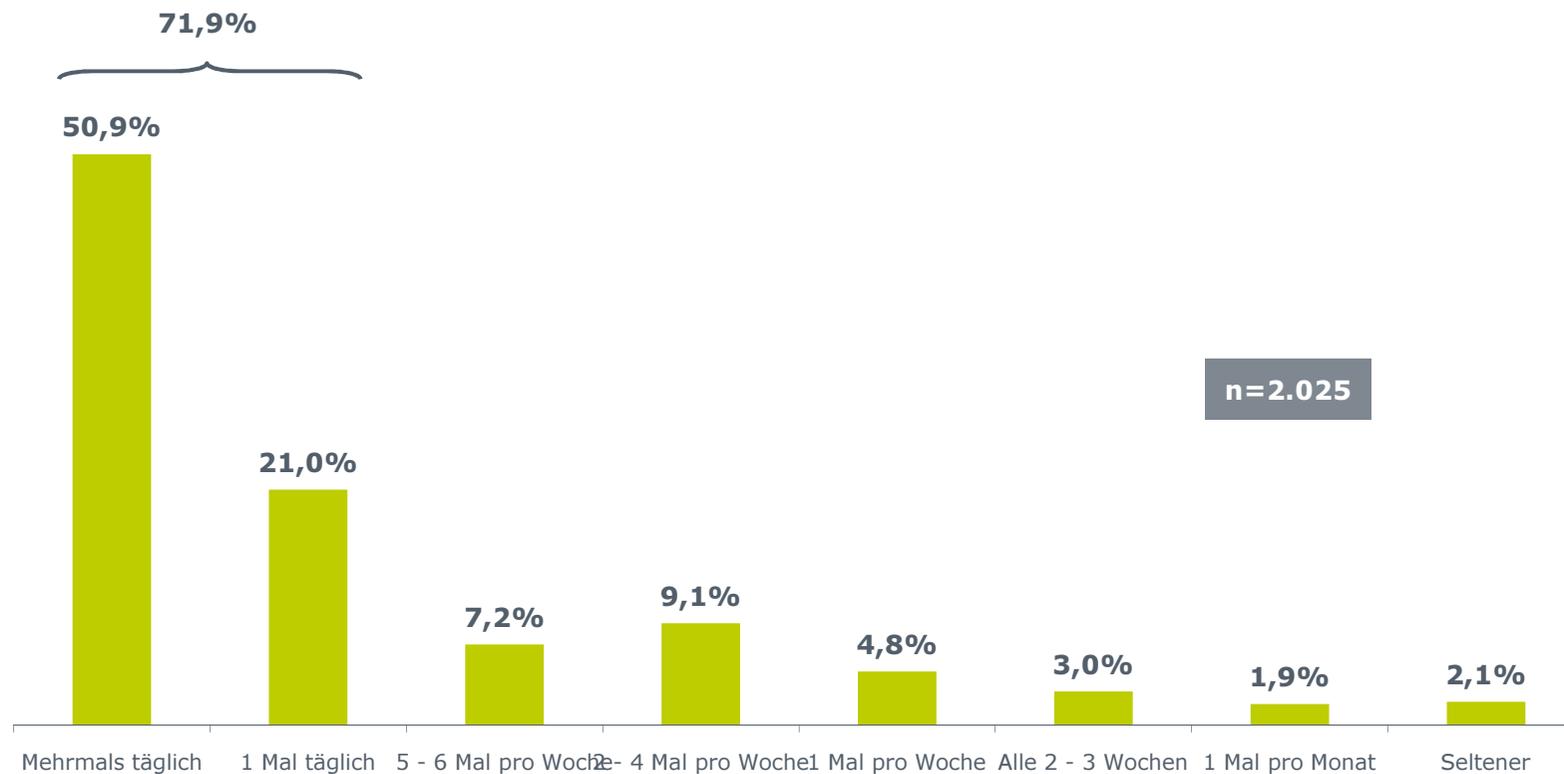
### Index-Fragen:

- Gesamtbeurteilung des Facebook-Auftritts
- Informationsgehalt/ Inhalt
- Design/ grafische Aufbereitung
- Unterhaltungswert
- Aktivitätsniveau/ Postingintensität
- Angebote/ Promotions
- Kundenbetreuung/ Interaktion
- Akzeptanz zur Marke bzw. Unternehmen
- Erwartungserfüllung
- Sympathie
- Vermissen
- Weiterempfehlung



## 72 Prozent der Facebook-User nutzen die Plattform täglich:

Nutzungshäufigkeit Facebook

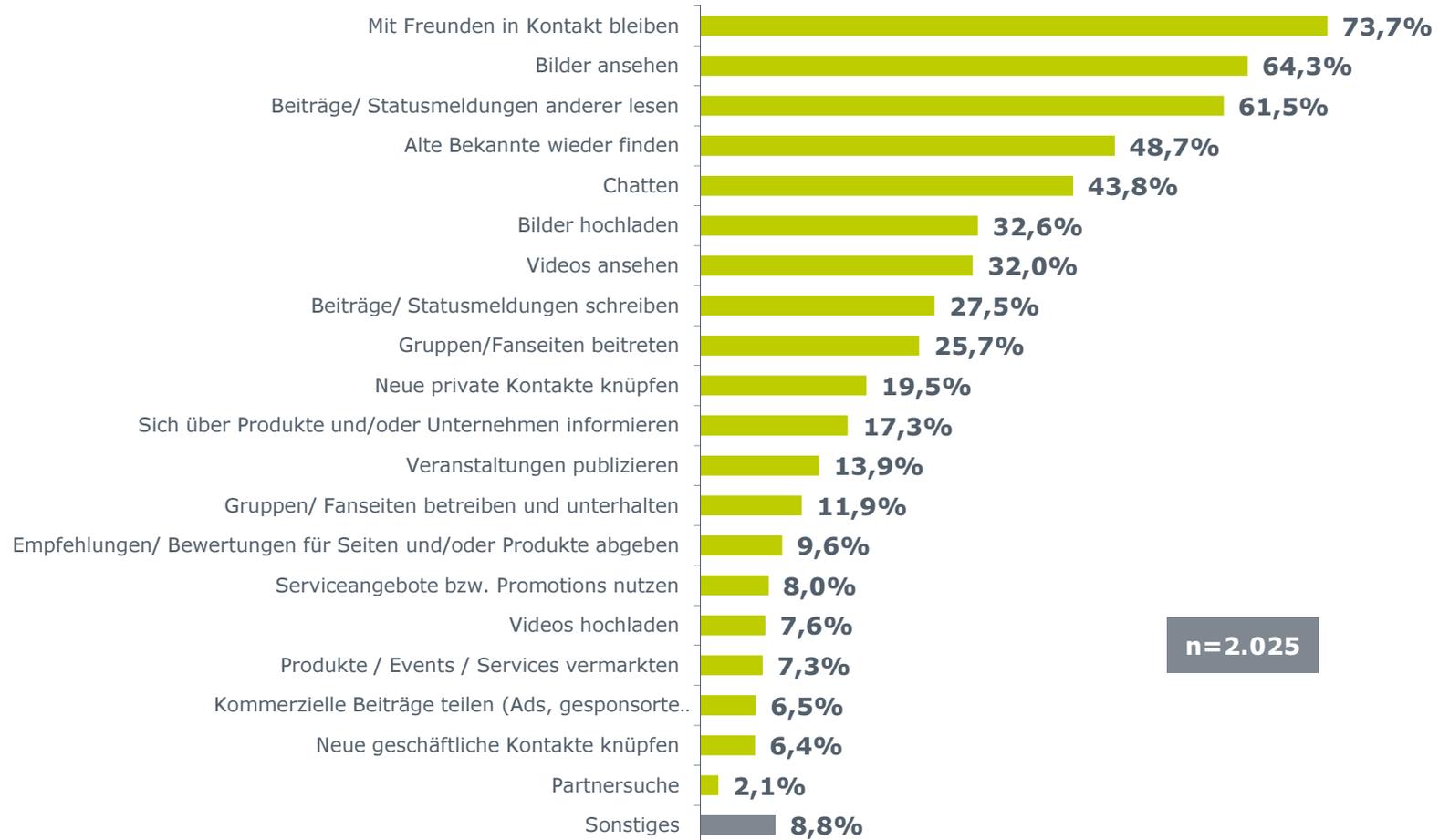


(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 59 Jahre alt und nutzen Facebook)

**Wie oft nutzen Sie Facebook für gewöhnlich?**



## Zwecke der Facebook-Nutzung:

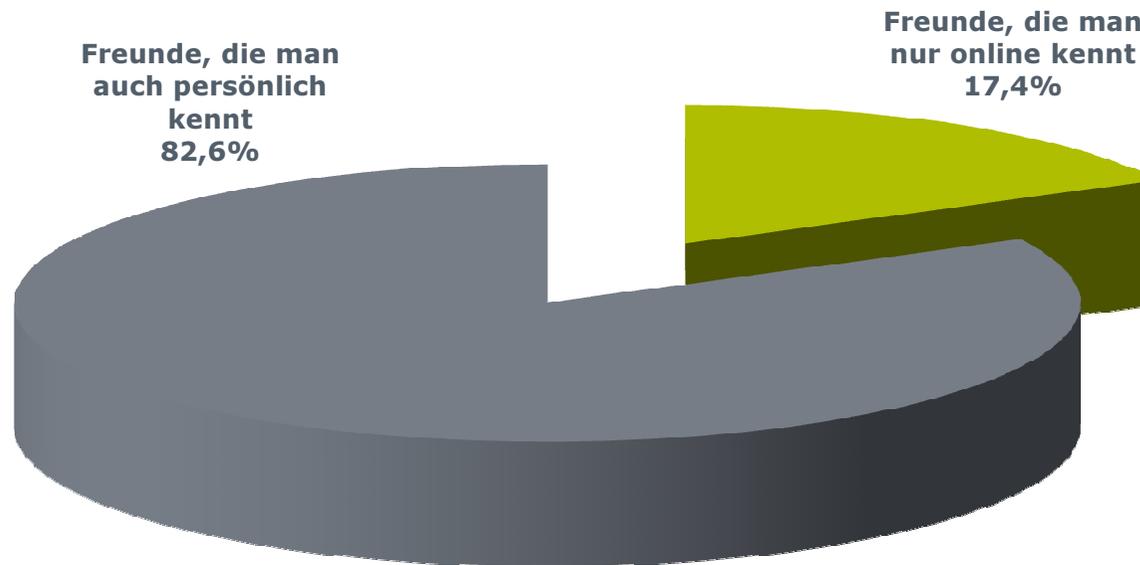


Wofür nutzen Sie Facebook im Allgemeinen?

## Facebook-Freunde kennt man hauptsächlich persönlich:

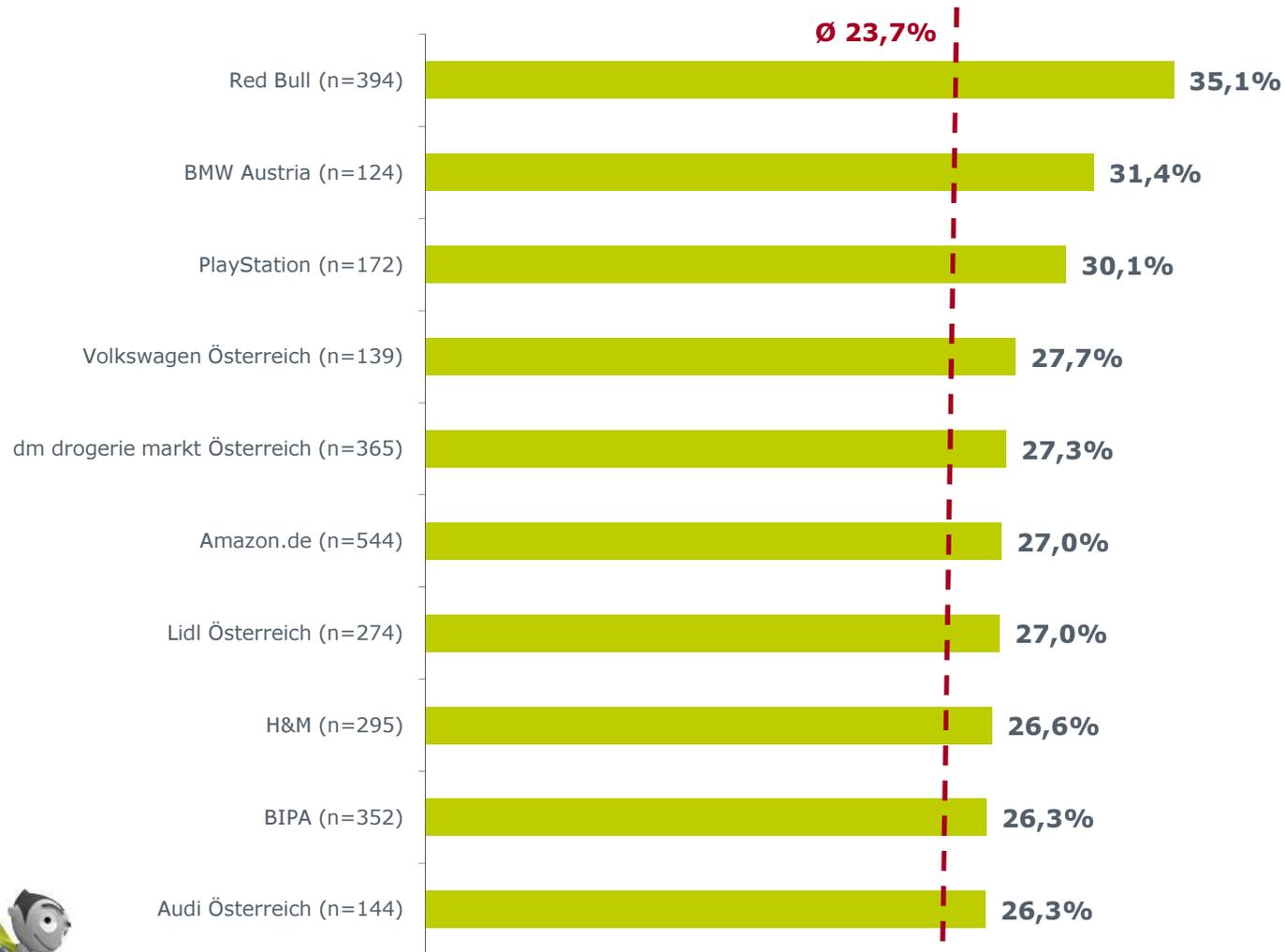
Mittelwerte

**FB-Freunde:**  
Mittelwert: 217  
Median: 130



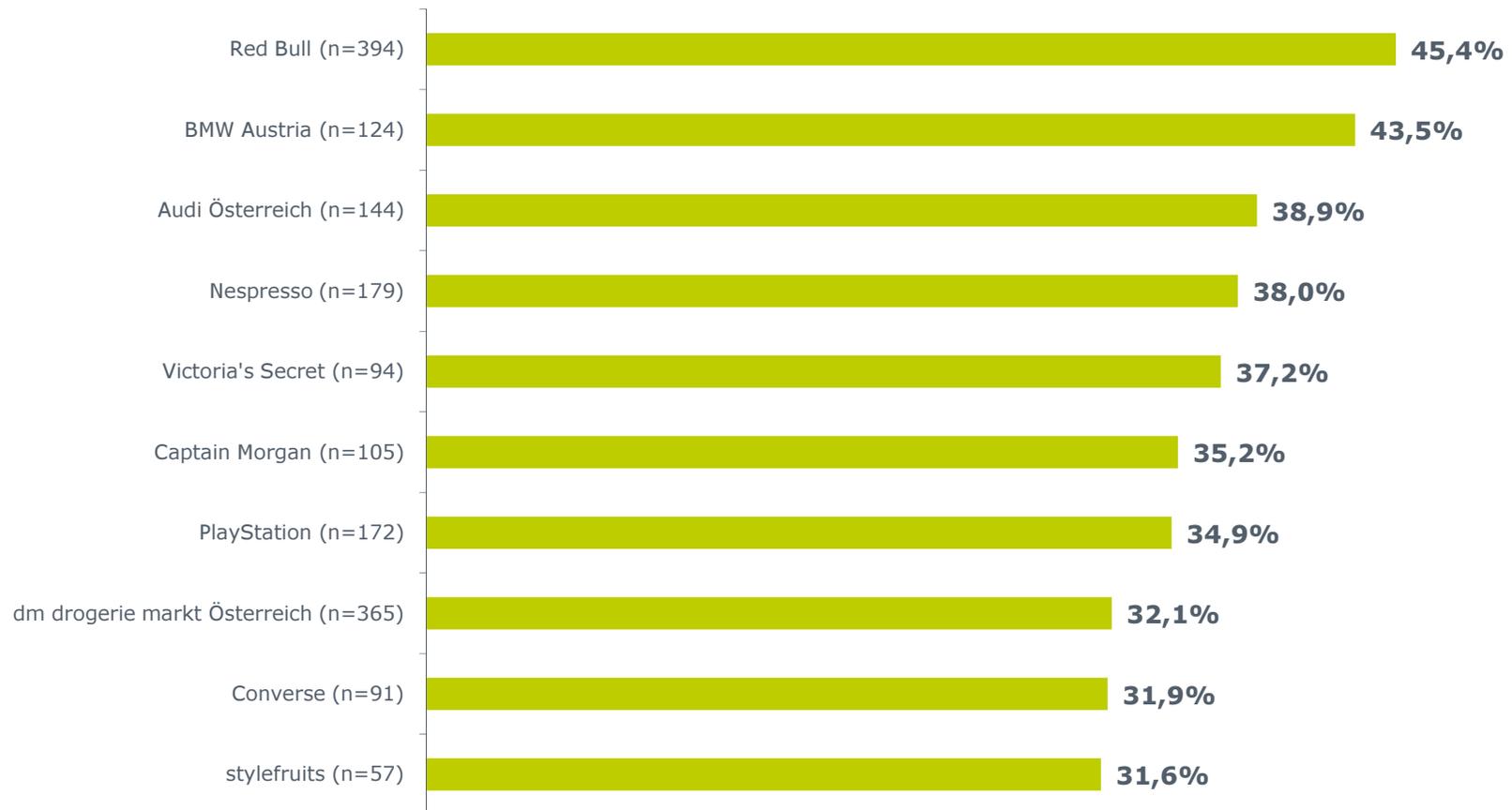
Und wie viel Prozent Ihrer Freunde bzw. Kontakte auf Facebook kennen Sie nur online und wie viele kennen Sie auch persönlich?

## Facebook Fanpage Index (Top 10 von 47):



## Die 10 (von 47) optisch ansprechendsten Facebook-Fanpages:

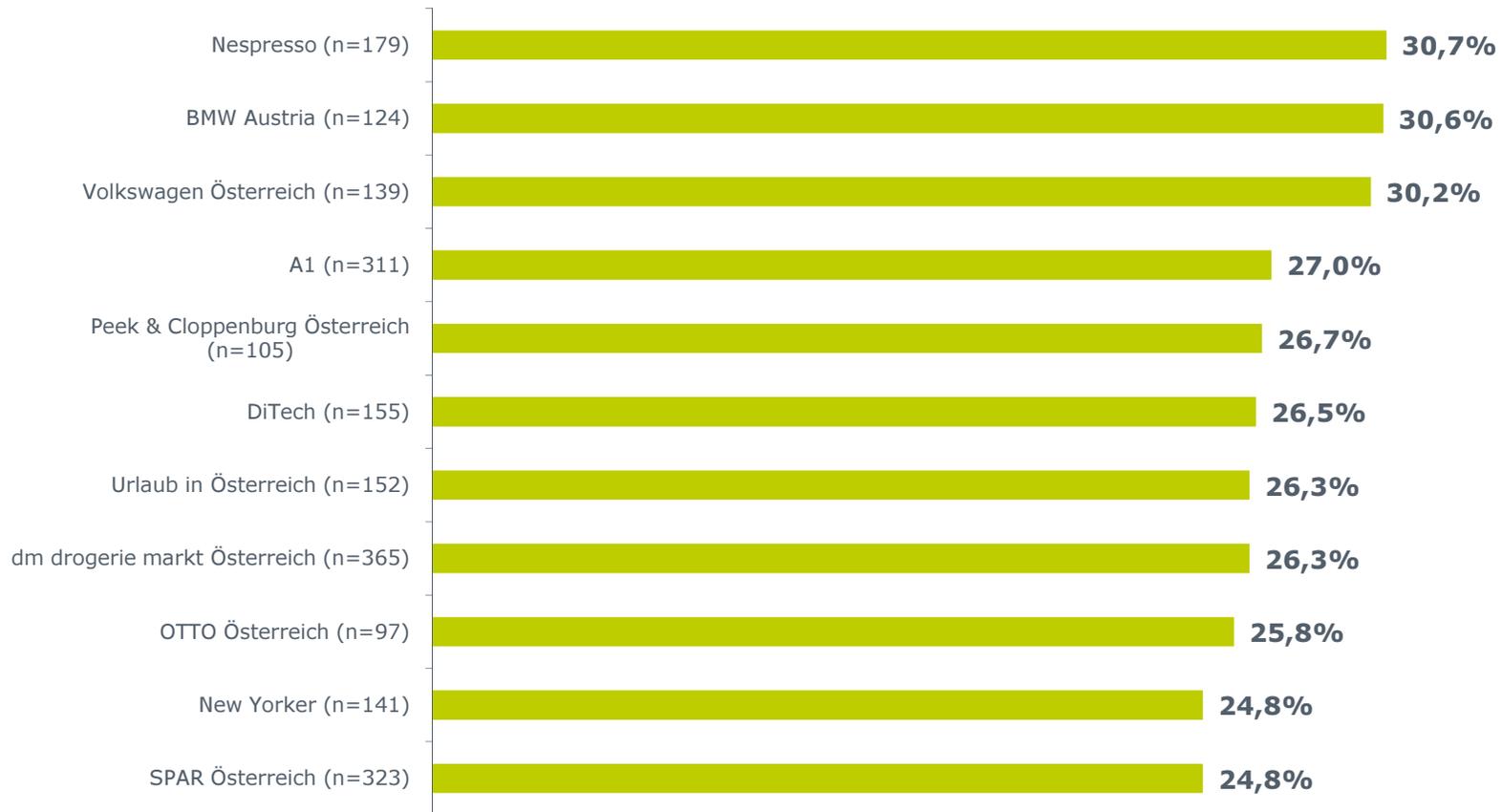
**Top-Box: bewertet mit „sehr ansprechendes Design“ (5-stufige Skalierung)**



**Inwieweit empfinden Sie persönlich das Design, also die graphische Aufbereitung des Facebook-Auftritts der folgenden Marken bzw. Unternehmen als ansprechend? [...]**

# Die 11 (von 47) Facebook-Fanpages mit der besten Kundenbetreuung:

**Top-Box: bewertet mit „sehr gute Kundenbetreuung“ (5-stufige Skalierung)**



**Wie würden Sie die Kundenbetreuung, z.B. schnelles Antworten auf Kundenanfragen, rasche Rückmeldung bei Beschwerden, etc. auf der Facebook-Fanseite der nachstehenden Marken bzw. Unternehmen bewerten?**  
[...]



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 553.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand März 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



## Das Online Access Panel von Marketagent.com ...

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Kontakt / Feedback / Rückfragen ...**

---

**Dominique Ertl, Mag.  
d.ertl@marketagent.com  
+43 (0) 2252 – 909 009– 27**

**Mühlgasse 59  
A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

