

PRESSEINFORMATION

ambuzzador marketing gmbh

ambuzzador veröffentlicht Studie zur Akzeptanz von Marken in Social Communities

ambuzzador, die führende BUZZ Marketing-Agentur Österreichs mit Fokus auf Social Media, veröffentlicht rechtzeitig zur [buzzattack](#) eine aktuelle, für österreichische facebook Nutzer repräsentative Studie zur Nutzung von Social Communities. Neben Bekanntheit, Nutzungsintensität und –motiven, liegt der Fokus der Studie auf der Akzeptanz von Werbung, aber auch auf neuen Einsatzmöglichkeiten wie Customer Service, Shopping und Jobsuche auf facebook.

80% der facebook-User surfen aktiv und regelmäßig auf ihre Lieblingsseiten, um Neuigkeiten zu erfahren - dies ergab die von [ambuzzador](#) und [comrecon° Markt diagnostik](#) durchgeführte Studie mit Schwerpunkt facebook, die zum Ziel hatte, die Potenziale und Grenzen der Kommunikation für Marken in facebook aufzuzeigen. „Dieser Wert übertrifft all´ unsere Annahmen und zeigt das Potenzial von Social Media bei der Entwicklung zu transparenten „Mitmach-Marken.“ zeigt sich Sabine Hoffmann, Geschäftsführerin der ambuzzador Marketing GmbH begeistert.

Die wichtigsten Faktoren für die Weiterempfehlung einer facebook-Seite sind laufend aktuelle Inhalte und Neuigkeiten (81%), eine lebendige Community (66%) und die persönliche Ansprache (66%). Männliche und weibliche facebooker bedienen klassische Klischees: Frauen legen eher Wert auf optisch ansprechendes Design und persönliche Ansprache, Männer I Multimedia Inhalte und Unterhaltung (z.B. Spiele, Applikationen). Hauptgründe für den Austritt aus einer Fangemeinschaft: „Großteil der Postings ist Werbung“ und „Ignoranz von Anliegen und Fragen“. „Es ist aber auch wichtig, seine Fans zu halten. Dies gelingt nur, wenn man das Nutzungsverhalten und die Erwartungen der User kennt.“, so Charlotte Hager, Geschäftsführerin von comrecon° und Studienautorin.

Deutliche Unterschiede in der Nutzung zeigen sich zwischen den Altersgruppen 14-17-Jährige und über 35-44-Jährige:

- 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.
- 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.

„Umso wichtiger ist es, die Fanpages nach Altersgruppen auszurichten.“, interpretiert Charlotte Hager die Ergebnisse der Studie.

Nutzungsintensität und -motive

Die österreichischen „facebooker“ sind täglich im Schnitt bis zu einer Stunde in facebook unterwegs, um dort Kontakte zu pflegen (76 %), Persönliches von sich preiszugeben (55 %), sich die Zeit zu vertreiben (50 %) und, um neue Leute kennen zu lernen (49 %).

Bedenken und Sicherheit

90% der österreichischen „facebooker“ nutzen ihren Account privat, rund ein Viertel geht sehr vorsichtig mit seinen Daten um, zwei Drittel beschränken sich auf die nötigsten Daten. Lediglich 10% geben an, einen fake-Username zu verwenden. Die meiste Sorge besteht hinsichtlich werblicher Belästigung (67%) und Datenmissbrauch bei Bezahlungen (65%). Immerhin noch fast die Hälfte (47%) fürchtet die Spionage durch den Arbeitgeber.

Service-Anfragen auf facebook

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. Es wird also Zeit für Österreichs Unternehmen, sich im Bereich Social Service fit zu machen. Ein schönes Beispiel für einen integrierten Social Service Room bietet [T-Mobile UK \(http://support.t-mobile.co.uk/help-and-support\)](http://support.t-mobile.co.uk/help-and-support).

Shopping auf facebook

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. Zeit also, die Sales Erfolge von Dell in USA auch für österreichische Marken zu generieren.

Job-Bewerbung auf facebook

Ein Drittel der Befragten kann sich vorstellen, sich über facebook für einen Job zu bewerben; die über 35-Jährigen zeigen erhöhtes Interesse. Neue Wege für HR-Manager und Recruiter zum Aufbau einer Fanbasis für Arbeitgebermarken – das große Potenzial liegt dabei in der Nutzung der eigenen, zufriedenen MitarbeiterInnen als maximal authentische Multiplikatoren.

Auszüge der Studie finden sich ab 19. Oktober auf www.ambuzzador.com/downloads

ambuzzador marketing gmbh

ambuzzador ist die führende österreichische Agentur für BUZZ-Marketing mit Fokus auf Social Media. Zu den Kunden zählen führende nationale und internationale Marken aus den Bereichen Mobile Telekom, Elektrohandel, Sporthandel, Automotive, Finanzen, FMCG, und Verlagswesen. Das Unternehmen wurde im Februar 2010 von den Lesern der werbeplanung.at als „Onlinerin des Jahres“ in der Kategorie Agenturen ausgezeichnet. Neben dem Dialog Marketing Verband Österreich ([DMVÖ](#)) ist ambuzzador Mitglied der internationalen Word of Mouth Marketing Association ([WOMMA](#)). Derzeit beschäftigt das Unternehmen 20 MitarbeiterInnen.

comrecon° Marktdiagnostik & Strategieberatung KG

[comrecon°](#) ist das erste Institut für Marktdiagnosen. Neben bewährten Verfahren der klassischen Marktforschung fließen auch semiotische und neuropsychologische Erkenntnisse ein. Diese interdisziplinäre und systemische Sichtweise führt zum Kern von Bedürfnissen und Wünschen der Menschen. comrecon° begleitet seine Kunden während und nach der Untersuchung und unterstützt sie bei der Umsetzung der Analyseerkenntnisse. comrecon° ist Mitglied des VMÖ, BVM, ESOMAR und war unter anderem für folgende Kunden aus folgenden Branchen tätig: Energie, Finance, Bildung, Agenturen, Politik und Beratung. comrecon° ist Preisträger des Innovationspreises für Marktforschung (TIM) 2010 mit dem Tool Crowd-Research. Weitere Informationen unter www.comrecon.com bzw. <http://comrecon.wordpress.com>.

Wien, am 18. Oktober 2010

Rückfragehinweise

ambuzzador marketing gmbh
mag. sabine hoffmann
zollergasse 2/2/51, a-1070 wien
fon +43 664 9170888
fix +43 1 522 40 71
fax +43 1 522 40 96
presse@ambuzzador.com
www.ambuzzador.com/downloads

comrecon° KG
Mag. Charlotte Hager
Balthasar-Krauß-Gasse 6 . A-2380 Perchtoldsdorf
fix +43 1 293 47 25
c.hager@comrecon.com
www.comrecon.com