

Warum bekommen Marken ein „Gefällt mir“?

Facebook-Nutzer sind besonders an Produktneuheiten interessiert

Warum folgen Nutzer Marken oder Unternehmen auf Facebook?

Produktneuheiten **38,9%**

Unternehmensnews **36,9%**

Spaß und Unterhaltung **31,6%**

Kundenfeedback und -bewertungen **19,0%**

Gewinnspiele **17,5%**

Wer folgt Marken auf Facebook?

Frauen
67,0%



Männer
54,7%



Liebingsposts:
Text mit Bild
51,1%

Warum bekommen Marken ein „Gefällt mir“?

Aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien zum Thema Facebook zeigt:

Nutzer sind besonders an Produktneuheiten und Unternehmensnews interessiert

Köln, 15.08.2017. Mit 2 Milliarden aktiven Nutzern weltweit gehört Facebook immer noch zu einer der meist besuchten Internetseiten und ist aus dem Marketing-Mix von Unternehmen kaum noch wegzudenken.¹ User folgen Unternehmen auf der Plattform aus verschiedenen Gründen: Vor allem das Interesse an Produktneuheiten (38,9 %) und Unternehmensnews (36,9 %) sind dabei ausschlaggebend.² Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag von Greven Medien.

Die Studie von Greven Medien zeigt deutlich, dass Facebook trotz Instagram, Snapchat und Co. immer noch sehr beliebt ist: 67,7 Prozent der Befragten aller Altersgruppen nutzen Facebook. Gerade die jüngere Generation zwischen 20 und 29 Jahren besucht die Plattform regelmäßig (92,5 %), aber auch Personen ab 50 Jahren gehören mit knapp 60,0 Prozent zum Nutzerkreis. Interessant: Zwischen Computer- / Mac- und Smartphone-Nutzung gibt es nur einen geringen Unterschied, wenn man sich die gesamten Altersgruppen anschaut. Nur bei der jüngeren Generation von 14 bis 19 Jahren geht der Trend zum mobilen Endgerät. Fast jeder Zweite (42,8 %) dieser Altersgruppe ist mit dem Smartphone bei Facebook „online“.

Interesse an Produktneuheiten ausschlaggebend

Die GfK-Umfrage im Auftrag von Greven Medien untersucht, warum User auf Facebook einer Marke folgen und welche Art von Postings am beliebtesten sind. 61,0 Prozent der Befragten haben bei Unternehmen und Marken bereits auf „Gefällt mir“ geklickt. Frauen (67,0 %) noch häufiger als Männer (54,7 %). Entscheidend ist für die Mehrheit dabei das Interesse an Produktneuheiten (38,9 %), dies steht vor allem bei den weiblichen Nutzern mit 45,6 Prozent im Vordergrund. 36,9 Prozent der Facebook-User interessieren sich für Neuigkeiten wie Studien und Tipps des Unternehmens, dicht gefolgt vom Unterhaltungsfaktor, der für knapp ein Drittel der Befragten eine Rolle spielt (31,6 %). An vierter und fünfter Stelle kommen mit 19,0

¹ <https://allfacebook.de/toll/state-of-facebook>

² Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren, 2017.

Prozent das Interesse an Kundenfeedback sowie mit 17,5 Prozent die Hoffnung auf Gewinnspiele. Bei den Frauen hofft sogar jede Vierte auf mögliche Preise (25,7 %).

Facebook als Informationsquelle der Digital Natives

Die Digital Natives im Alter von 14 bis 19 Jahren folgen Marken vor allem aus Interesse an Spaß und Unterhaltung (72,4 %), an zweiter Stelle steht das Interesse an neuen Produkten (63,5 %). Mehr als jeder Zehnte (14,3 %) zwischen 14 und 19 Jahren erkundigt sich mittlerweile auf Facebook über ein Unternehmen als potentieller Arbeitgeber. „Viele Personen nutzen Facebook als Informationsquelle. Das kann man an den Ergebnissen unserer jüngsten Studie eindeutig erkennen. Mehr als jeder Dritte sucht hier nach Informationen zu neuen Produkten. Knapp jeder Fünfte nutzt Facebook um sich durch das Feedback und die Bewertungen anderer User über Marken und Unternehmen zu informieren. Eine Facebook-Präsenz ist deshalb – nicht nur für große Konzerne – sehr empfehlenswert. Sie sollte allerdings genau wie die Unternehmenshomepage immer aktuell sein und alle relevanten Informationen zu Produkten und zum Unternehmen beinhalten“, erklärt Kathleen Oswald, Leitung Marketing von Greven Medien.

Mit dem richtigen Posting seine Fans erreichen

Besonders beliebt sind Postings, die Text und Bild enthalten (51,1 %). Dies gilt für Männer und Frauen und für alle Altersklassen gleichermaßen. „Bilder machen einen Post auffälliger. Die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer aufgrund eines ansprechenden Bildes an einem Post hängen bleiben und sich den Inhalt tatsächlich anschauen, ist deutlich höher, als bei einem reinen Text-Post“, erklärt Oswald. Dies gilt auch für Bewegtbild-Content: Videos mit Ton folgen auf dem zweiten Platz der Lieblingspostings mit 24,2 Prozent. Vor allem bei der jüngeren Generation (von 14 bis 19 Jahren) sind Videos im Newsfeed beliebt (46,5 %). In der Kategorie Bewegtbild holen auch GIFs (11,9 %) und Videos mit Sublines (9,6 %) zurzeit stark auf. „Das Ergebnis macht deutlich, dass Facebook immer häufiger mobil genutzt und Video-Content immer wichtiger wird. Informationen im Newsfeed müssen von den Usern schneller gefiltert und aufgenommen werden können. Dies geschieht am besten mit einem zusätzlichen Bewegtbild-Angebot“, so Oswald. An dritter Stelle folgen Links zu Artikeln und Nachrichten. Vor allem bei den 30 bis 39-Jährigen sind

diese Art von Postings sehr beliebt (26,3 %). Beiträge, die ausschließlich aus Text bestehen, kommen nur noch bei der Altersgruppe ab 60 Jahren gut an (20,2 %).

Was bedeutet das für Unternehmen und Dienstleister?

Der Trend geht weiterhin zum digitalen Content, der über verschiedene Kanäle verbreitet wird. So erreichen Unternehmen ihre Zielgruppe auf mehreren Wegen. Lange schon ist Facebook aus dem Marketing-Mix von Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Nicht nur große Unternehmen und Marken, sondern auch lokale Betriebe und Dienstleister erreichen ihre (potentiellen) Kunden über Facebook immer besser und informieren sie über Produkt- und Unternehmensnews. Greven Medien ist kompetenter Partner, wenn es um digitales Marketing und Werbung auf Facebook geht.

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 25.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



greven.de



facebook.com/grevens



twitter.com/greven_medien



greven.de/google+

Medienkontakt:

Counterpart Group GmbH · Juliane Sonntag / Lena Hanenberg · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·
Tel. 0221/95 14 41 905 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail juliane.sonntag@counterpart.de /
lena.hanenberg@counterpart.de