

Social Media und E-Mail Studie: Erfolgreicher digitaler Dialog braucht E-Mails, Fans und Follower

- **eCircle veröffentlicht Ergebnisse für den deutschen Markt einer repräsentativen sechs Länder Studien-Serie zum digitalen Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co.**
- **Die Studien-Serie liefert detaillierte Antworten darauf, wie und aus welcher Motivation Konsumenten Social Media und E-Mail nutzen und welche Schlüsse Marketingverantwortliche daraus ziehen sollten**
- **Die Studie gibt erstmals Aufschlüsse über den Multiplikator- und Reichweiteneffekt von sozialen Netzwerken in Deutschland, z.B. bei viralen Kampagnen**

München, 12. Oktober 2010. Der digitale Dialog mit dem Konsumenten ist für Unternehmen heute ein absolutes Muss. Für viele Marketingverantwortliche sind E-Mail, Facebook, Twitter und Co. allerdings konkurrierende Kanäle. Völlig unberechtigtweise, wie die eCircle Studie „Europäischer Social Media und E-Mail Monitor“ zeigt, da Konsumenten alle Kanäle zwar unterschiedlich aber nicht isoliert voneinander nutzen. Bereits 61 Prozent der Befragten in Deutschland sind heute über ein soziales Netzwerk erreichbar, im Durchschnitt informieren sich dort 27 Prozent auch über Produkte und Unternehmen, jedoch sind bisher nur 15 Prozent Fans und Follower eines Firmenprofils. Gleichzeitig sind 36 Prozent der deutschen Internetnutzer werblich nur per Newsletter und nicht über Social Media erreichbar. Folglich müssen Marketingverantwortliche zusätzlich zu E-Mail-Abonnenten Fans und Follower gewinnen, um Konsumenten im Internet ganzheitlich zu erreichen. Das sind Ergebnisse einer breit angelegten sechs Länder Studien-Serie zum digitalen Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co. der eCircle GmbH. Dazu wurden im Rahmen einer Onlinebefragung jeweils 1000 Personen in den sechs größten europäischen Märkten für Onlinewerbung Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Niederlande und Spanien befragt, wie diese E-Mail und Social Media Dienste nutzen, um mit Marken in Kontakt zu treten. Die Befragung wurde in Kooperation mit Mediacom Science (Konzeption/Leitung) und GMI Online-Panels durchgeführt.

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



Die Kernergebnisse der Studie:

- 50 Prozent der Twitter- und 31 Prozent der Facebook-Nutzer informieren sich auf der Plattform über Produkte und Unternehmen. Im Gesamtdurchschnitt über alle sozialen Netzwerke tun dies nur 27 Prozent.
- Über ein Drittel der Internetnutzer (36 Prozent) können nur über Newsletter erreicht werden. Zudem werden nahezu alle 15 Prozent der Fans und Follower von Unternehmensprofilen auch per Newsletter erreicht.
- 31 Prozent der Nutzer von sozialen Netzwerken haben mehr als 100 Freunde oder Follower. Im Durchschnitt hat jeder deutsche Social Media Nutzer 57 Freunde in dem von ihm am häufigsten genutzten Netzwerk.
- Facebook, die VZ-Gruppe und wer-kennt-wen haben in Deutschland das größte Multiplikatorpotential, z.B. für virale Kampagnen.
- Gebuchte Werbung in sozialen Netzwerken wird von mehr als der Hälfte der Befragten als störend empfunden.
- 46 Prozent der Fans und Follower von Unternehmensprofilen wünschen sich Aufrufe zu „Mitmach-Aktionen“. 40 Prozent wollen ihre Markenverbundenheit demonstrieren und 26 Prozent wollen aktiv Produkte mitgestalten.
- Nur ein geringer Teil der Nutzer (6 Prozent) hat bisher die Share With Your Network-Funktion (SWYN) in E-Mails genutzt, um Inhalte mit ihrem privaten Netzwerk zu teilen. Unter Twitter-Nutzern liegt dieser Anteil jedoch mit 18 Prozent weit über dem Durchschnitt.

Social Networks dienen zur Informationsbeschaffung zu Produkten

Laut der Studie ist der deutsche Social Media Nutzer im Durchschnitt Mitglied in zwei Netzwerken und ist im bevorzugten Netzwerk täglich aktiv. Facebook, VZ-Netzwerke und wer-kennt-wen liegen mit dem höchsten Anteil an Intensivnutzern sowie den meisten Freunden pro Mitglied bzgl. der Nutzungsintensität vorne. So haben Facebook, die VZ-Gruppe und wer-kennt-wen auch das größte Multiplikatorpotential und könnten statistisch die höchste virale Reichweite erzielen. Interessant ist, dass Twitter in Bezug auf Nutzung und Verbreitung gegenüber den großen Netzwerken auf den ersten Blick leicht abfällt. Zwar sind mit 13 Prozent nur die Wenigsten bei Twitter vertreten, doch wer dabei ist, zwitschert gern oder ist auf der Suche nach den neuesten News.

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



55 Prozent empfinden Werbung in Social Networks als störend

Eine wichtige Erkenntnis: Die Nutzer betrachten ihr Profil in sozialen Netzwerken als „privaten Raum“. Dementsprechend kommt gebuchte Werbung in der Studie schlecht weg - 55 Prozent empfinden sie als störend. Firmenprofile und E-Mail-Marketing hingegen werden in allen Kategorien besser bewertet: Rund 40 Prozent finden beispielsweise Fanpages interessant und informativ und ein gutes Drittel sogar sympathisch sowie unterhaltsam. Werbung via E-Mail-Newsletter wird laut der Erhebung der höchste Informationswert zugesprochen (42 Prozent) und 36 Prozent können nur via Newsletter erreicht werden. Zudem werden ausnahmslos alle 15 Prozent der Fans oder Follower von Unternehmensprofilen auch per Newsletter erreicht. Ein effektiver Dialog mit den Konsumenten funktioniert also dann am besten, wenn werbliche Inhalte auf Unternehmensprofilen mit Newsletterinhalten kombiniert werden. „Den Ergebnissen der Studie nach zu urteilen, ist E-Mail nach wie vor das Rückgrat im digitalen Dialog mit den Konsumenten und wird nun durch Fans und Follower ergänzt“, lautet das Fazit von Volker Wiewer, CEO der eCircle GmbH. „Eine wichtige Erkenntnis für uns ist, dass fast alle Studienteilnehmer trotz dem starken Aufkommen von Social Networks immer noch über einen Newsletter oder E-Mail und manche sogar ausschließlich über diesen Kanal zu erreichen sind. Ziel muss es sein, beide Kanäle sinnvoll zu integrieren, um optimale Resultate zu erzielen. Eine weitere Herausforderung für Marketing-Manager wird es zukünftig sein, Nutzer, Klicks, Conversions und Umsätze den einzelnen Kanälen richtig zuzuordnen.“

Bisher haben nur sechs Prozent die SWYN (Share With Your Network) Funktion genutzt

Noch recht wenig genutzt ist die SWYN Funktion, über die man Inhalte aus Newslettern mit nur einem Klick mit Freunden im Social Network teilen kann. Diese ist zwar 40 Prozent der Befragten bekannt, jedoch nur sechs Prozent haben den Button bereits einmal genutzt. Knapp die Hälfte begründet dies mit einer grundsätzlichen Nichtnutzung sowie der fehlenden Relevanz der zu teilenden Inhalte (35 Prozent). Zwei Drittel stehen dem Posten von Fremdinhalten jedoch durchaus positiv gegenüber. So wären Gutscheine (36 Prozent), News (28 Prozent) oder limitierte Offerten (27 Prozent) für die Empfänger Grund genug für das Teilen mit Freunden. „Hier besteht viel Potential, wenn man bedenkt, dass laut Studie 31 Prozent der Nutzer von sozialen Netzwerken mehr als 100 Freunde oder Follower haben. Im Durchschnitt kann jede geteilte Nachricht 57 Personen erreichen. Diese Multiplikatoren erreichen Unternehmen allerdings nur, wenn Marke oder Produkt Teil der privaten Kommunikation des Nutzers werden – und genau dort haben Unternehmen in ihrer bisherigen Kommunikation Probleme“, so Wiewer.

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635



Pressemitteilung

Bildmaterial steht unter folgendem Link zum Download bereit:

[http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Social Media Studie.html](http://www.ecircle.com/de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/Social_Media_Studie.html)

Kostenloser Download der Social Media und E-Mail Studie:

<http://www.ecircle.com/email-and-social>

Über die eCircle GmbH:

eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für E-Mail-Marketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen – wie die Deutsche Post, Volvo, OTTO und Nintendo – vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 200 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich Italien, Spanien und Holland vertreten. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.ecircle.com/de/>

Der Europäische Social Media und E-Mail Monitor – digitaler Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co. (Ergebnisse für Deutschland Teil 1)

Die Studie wurde durch eine Befragung in einem Online-Panel vom 17.08.2010 – 01.09.2010 in Kooperation mit Mediacom Science (Konzeption/Leitung) und GMI Online-Panels durchgeführt. Dazu wurden 1000 Internetrepräsentative in Deutschland zwischen 14 und 69 Jahren online befragt. In einem ersten Schritt ging man dem Nutzungsverhalten im Umgang mit Social Media und E-Mail auf den Grund. In einem zweiten Schritt wurde dann die Typologie der verschiedenen Netzwerke untersucht und abschließend die Werbewirkung von E-Mail und Social Media analysiert.

Pressekontakt

eCircle GmbH
Carolin Eibich
Senior Marketing Manager
T +49 (0)89 / 120 09- 834
c.eibich@ecircle.com

KOSCHADE PR
Tanja Koschade
Geschäftsführerin
T +49 (0)89 / 55 26 47 97
tanja@koschadepr.de

eCircle GmbH
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Geschäftsführung
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Arnold Bahlmann

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 184 478 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 132 / 10635

