



## **Facebook wirkt! WebXF-Studie vergleicht erstmals Wirkung von Fanpages und Websites auf das Unternehmensimage.**

*Kommunikationsverantwortliche internationaler Großunternehmen haben die Imagewirkung von Facebook vergleichend untersucht. Ergebnis der umfangreichen Studie: Fanpages wirken positiv auf die Unternehmensmarke; aber nicht so effektiv wie Corporate Websites*

(ddp direct) Das Web Excellence Forum ([www.webxf.org](http://www.webxf.org)), eine Benchmark-Initiative von Kommunikationsverantwortlichen internationaler Großunternehmen, hat in einem wissenschaftlich fundierten Experiment mit mehr als 3.600 Teilnehmern erstmals die Wirkung von Fanpages auf das Markenimage von Unternehmen untersucht. Das Ergebnis: Der Kontakt mit einer Fanpage hat nachweisbar positiven Einfluss auf das Image. Allerdings wirkt der Besuch einer Corporate Website um ein Drittel stärker und zudem differenzierter auf das Image. Das vom WebXF gemeinsam mit Kommunikations-wissen-schaftlern der Universitäten Leipzig, St. Gallen und FU Berlin entwickelte Methodendesign ermöglicht erstmals detailliert vergleichende Wirkungsaussagen zu jeder Fanpage und Website.

Unsere Fanpage Impact Messung zeigt eine klar positive Wirkung von Facebook auf das Markenimage. Man muss aber darauf hinweisen, dass Websites stärker und deutlich differenzierter wirken. Dennoch, im Vergleich zu Websites ist Facebook überraschend effizient, fasst Michael Heine, Gründer des Web Excellence Forums, die Ergebnisse zusammen. Durch unseren WebXF Benchmark sehen wir außerdem, dass einige Social Media Teams einen besseren Job machen, als andere. Es wurde höchste Zeit, dass Unternehmen solch fundierte Leistungsvergleiche durchführen können. Das Web Excellence Forum steht allen Unternehmen offen, die ihre digitale Kommunikation über Benchmarks steuern und verbessern möchten.

Im Web Excellence Forum haben wir seit 2004 gemeinschaftlich Standards zur vergleichenden Bewertung digitaler Kommunikation entwickelt, die bei zahlreichen Großunternehmen im Einsatz sind. Bisher lag der Fokus auf Websites. Mit der Fanpage Impact Studie und unseren neuen Instrumenten Fanpage Kompass und Brand Effects Cockpit erhalten Unternehmen nun auch klare Belege darüber, wie gut und wie erfolgreich sie in Sozialen Medien kommunizieren. Dies liefert den Verantwortlichen handfeste Argumente für ihre Social Media-Aktivitäten und -Investments, ergänzt Matthias Schultze, 1. Vorsitzender des WebXF e.V.

An der WebXF Fanpage Impact Studie haben im Frühjahr 2012 3.638 Personen teilgenommen (rekrutiert aus einem Online Access-Panel, internetrepräsentativ nach Alter und Geschlecht quotiert). Alle Probanden besuchten unter kontrollierten Bedingungen entweder die Fanpage oder die Corporate Website eines von acht untersuchten Unternehmen aus dem Web Excellence Forum. Anschließend bewertete jeder Proband das Image des Unternehmens sowie das eines weiteren Unternehmens, dessen digitale Präsenz er nicht gesehen hatte.

Die Ergebnisse im Detail: Probanden, die weder Kontakt zur Fanpage noch zur Website eines Unternehmens hatten, benoten das Unternehmensimage im Durchschnitt mit einer 3.0. Hatten die Probanden die Fanpage aufgerufen, resultiert dies in einer durchschnittlichen Unternehmensnote von 2.6 (entspricht einem Imagegewinn von rund 10 %). Besuchten sie die Corporate Website, so gaben sie dem Unternehmen danach im Schnitt die Note 2.5 (entspricht einem Imagegewinn von rund 15 %).

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/2foych>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

[http://www.themenportal.](http://www.themenportal.de/it-hightech/facebook-wirkt-webxf-studie-vergleicht-erstmal-wirkung-von-fanpages-und-websites-auf-das-unternehmensimage-5779)

[de/it-hightech/facebook-wirkt-webxf-studie-vergleicht-erstmal-wirkung-von-fanpages-und-websites-auf-das-unternehmensimage-5779](http://www.themenportal.de/it-hightech/facebook-wirkt-webxf-studie-vergleicht-erstmal-wirkung-von-fanpages-und-websites-auf-das-unternehmensimage-5779)

2

### **Pressekontakt**

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond  
Dieffenbachstr. 63  
10967 Berlin

[marcus.bond@bond-pr.de](mailto:marcus.bond@bond-pr.de)

### **Firmenkontakt**

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond  
Dieffenbachstr. 63  
10967 Berlin

[bond-pr.de](http://bond-pr.de)

[marcus.bond@bond-pr.de](mailto:marcus.bond@bond-pr.de)

WebXF ist eine weltweit einzigartige Benchmarking-Initiative zur Bewertung digitaler Kommunikation. In ihr engagieren sich Corporate Web- und Social Media-Verantwortliche aus internationalen Großunternehmen; darunter B. Braun, Commerzbank, Daimler, Deutsche Telekom, EnBW, MLP, Schweizerische Post und Siemens. Wissenschaftliche Expertise steuern Professoren der Universitäten St. Gallen, Leipzig, Darmstadt sowie der FU Berlin bei.

Im WebXF wurden seit der Gründung 2004 mehrere aufeinander abgestimmte Benchmarking-Instrumente entwickelt, die von den teilnehmenden Unternehmen regelmäßig zur vergleichenden Evaluation der Qualität und Leistung ihrer Corporate Websites und Social Media-Aktivitäten eingesetzt werden.

2010 wurde das Web Excellence Forum mit dem PR Report Award ausgezeichnet, nachdem es 2008 bereits den Deutschen PR-Preis erhalten hatte.

Das Web Excellence Forum steht allen Unternehmen offen, die ihre digitale Kommunikation über Benchmarks steuern und verbessern möchten. Über eine Mitgliedschaft im WebXF e.V. als inhaltlichen Träger der Initiative können interessierte Unternehmen direkt auf die thematischen Schwerpunkte und Weiterentwicklungen von WebXF Einfluss nehmen. Ansprechpartner hierfür sind die beiden Vorsitzenden Matthias Schultze (m.schultze@enbw.com) und Thorsten Scherer (thorsten.scherer@mlp.de). Weitere Informationen: [www.webxf.org](http://www.webxf.org)