



WebXF vergleicht Dialogleistung der Facebook-Auftritte von 66 Großunternehmen

Das Web Excellence Forum hat erstmals die Reaktion auf Fanpage-User Posts bei DAX 30 und anderen Großunternehmen gemessen und bewertet. Durchschnittlich wird jeder fünfte Post beantwortet (18%). Dienstleister aus Logistik und Finanzdienstleistung führe

(ddp direct) Das Web Excellence Forum (www.webxf.org), eine Initiative von Web- und Social Media-Verantwortlichen aus DAX- und anderen Großunternehmen, hat erstmals ein Ranking der Dialogleistung von Facebook Fanpages erstellt*. Mit dem kürzlich vorgestellten Tool WebXF Fanpage Kompass wurden sämtliche Posts (darunter knapp 80.000 User Posts) auf den Fanpages von 66 Unternehmen mit insgesamt fast 23 Millionen Fans ausgewertet.

In das Ranking flossen vier Leistungswerte ein:

Reaktionsquote: Wie groß ist der Anteil der User Posts, auf die das Unternehmen reagiert?

Reaktionszeit: Wie lange dauert es, bis das Unternehmen reagiert?

Anzahl der User Posts: Wie aktiv kommunizieren Nutzer auf der Fanpage?

Prozessqualität: Wie verlässlich ist die Reaktionszeit des Unternehmens?

DHL, UPS und comdirect mit besten Ergebnissen

Durchschnittlich antworteten die Social Media-Teams der Unternehmen auf 18% aller Posts. Ähnliche Untersuchungen in den USA ergaben eine Reaktionsquote von 30%. Die vom WebXF gemessene Reaktionszeit betrug im Mittel 10 Stunden und 44 Minuten. Sie spreizte jedoch stark: von durchschnittlich 20 Minuten bei UPS bis zu zwei Tagen bei Cisco. Für knapp 15% der Unternehmen konnten keine Leistungswerte erhoben werden, weil sie keine Posts der Nutzer auf ihren Fanpages zulassen; so z.B. Adidas oder die Deutsche Bank. Die beste Dialogleistung erzielten Fanpages von DHL, UPS und comdirect sie belegen die Plätze eins bis drei im Gesamtranking.

Gefragt: praxiserprobte Tools und Benchmarks für Social Media-Kommunikation

Dr. Christian Bachem, Gründer des WebXF, zu den Ergebnissen: Social Media-Teams in Deutschland, Österreich und der Schweiz liegen zwar noch deutlich hinter den Werten ihrer US-Kollegen. Dass bereits fast jeder fünfte User Post auf den Fanpages hiesiger Großunternehmen beantwortet wird, zeigt aber die Manpower, die die Unternehmen für Social Media-Kommunikation aufwenden. Es sollte im Interesse jedes Teams und jedes Kommunikations- und Marketingverantwortlichen liegen, diese Ressourcen möglichst optimal einzusetzen. Dafür ist es unerlässlich, Social Media-Dialoge messen, vergleichen und verbessern zu können. Das Web Excellence Forum bietet passende, praxiserprobte Tools und Benchmarks. (siehe: <http://goo.gl/DfvsW> bzw. <http://goo.gl/UgR3r>)

Die Teilnahme im WebXF fördere zudem den Wissensaustausch: Social Media stellt neue Anforderungen an Kommunikation, Marketing und Service. Auf Fanpages posten Nutzer Anfragen aller Art. Die Kommunikation muss daher als Schnittstelle zu allen Unternehmensereichen fungieren und entsprechend organisiert sein, um schneller reagieren zu können, als bisher. Unsere Mitglieder diskutieren solche und andere Fragen und erarbeiten in Fachgruppen praxisnahe Lösungsansätze. Dieser enge Austausch auf Augenhöhe ist einzigartig, so Bachem.

Teilnahme am nächsten WebXF-Ranking

Interessierte Unternehmen können einen Ergebnisbericht der WebXF Studie unter <http://www.webxf.org/fanpage-dialogleistung> anfordern und sich für das nächste Ranking mit ihren Fanpages registrieren. Teilnahmebedingung ist einzig, dass die Unternehmen eine reichweitenstarke Fanpage betreiben, die Posts von Nutzern zulässt. Das Web Excellence Forum wird das Ranking zur Dialogleistung von Fanpages halbjährlich aktualisieren; das nächste Mal im Januar 2013. An den Ergebnissen kann dann abgelesen werden, wie sich die Leistung der Social Media-Kommunikatoren insgesamt, sowie im Branchen- und Unternehmensvergleich, als auch für unterschiedliche Typen von Fanpages entwickelt.

WebXF entwickelt seit acht Jahren Instrumente und Benchmarks zur Verbesserung digitaler Kommunikation

Bereits seit 2004 überprüft WebXF quartalsweise die E-Mail Dialogleistung der teilnehmenden Unternehmen und der übrigen DAX 30. Dieses Benchmarking hat das Bewusstsein für die Bedeutung digitaler Kommunikation geschärft und zu steten Verbesserungen geführt, von denen die WebXF Teilnehmer nun beim Transfer in Social Media profitieren, erläutert Thorsten Scherer, 2. Vorsitzender des WebXF e.V. und Abteilungsleiter Vertriebs-/ Online-Marketing bei MLP, das zeigt sich auch bei den Ergebnissen: Gleich sieben der neun DAX-Konzerne, die sich beim WebXF engagieren, rangieren unter den Top 15 bei der Fanpage Dialogleistung der DAX 30.

* Über die Studie

Untersucht wurden reichweitenstarke Facebook Fanpages (Corporate-, Karriere-, Produkt- und Service-Fanpages) von folgenden 66 Unternehmen: 1&1, ABB, Adidas, Air Berlin, Allianz, Audi, AXA, BASF, Bayer, B. Braun, BMW, Boehringer Ingelheim, Bosch, Cisco, comdirect, Commerzbank, Continental, Credit Suisse, Daimler, Deutsche Bank, Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, Dr. Oetker, DVAG, EnBW, Enviam, ERGO, Evonik, FedEx, Fresenius, GE, Sparkasse, Henkel, Hypo Vereinsbank, IBM, ING-DiBa, Johnson & Johnson, LOreal, Linde, Lufthansa, MAN, Mercedes, Deutsche Messe, Messe Düsseldorf, MLP, Schülke, Nestlé, NetCologne, Österreichische Post, o2, Postbank, Renault, RWE, SAP, Schaeffler, Schwarzkopf, Schweizerische Post, Siemens, SBB, Swisscom, TUI, Unilever, UPS, Vodafone, Volkswagen, Volvo.

Folgende Unternehmen ließen keine Posts der User zu und konnten daher nicht in das Ranking aufgenommen werden: Adidas, Credit Suisse, Deutsche Bank, DVAG, enviam, Fedex, Johnson & Johnson und Postbank.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/joadae>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/unternehmen/webxf-vergleicht-dialogleistung-der-facebook-auftritte-von-66-grossunternehmen-15568>

Pressekontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Dieffenbachstr. 63
10967 Berlin

marcus.bond@bond-pr.de

Firmenkontakt

BOND PR-Agenten

Herr Marcus Bond
Dieffenbachstr. 63
10967 Berlin

bond-pr.de
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