

Presseinformation

## Sonntags nehmen sich Facebook-Fans Zeit für ihre Lieblingsmarken

Social Media-Analysedienst [Socialbakers](#) veröffentlicht Zahlen zur Nutzerinteraktion / Telekommunikationsdienstleister punkten sonntags, Automobilhersteller dienstags und mittwochs

München, 4. April 2012 - Sonntage sind für Marken ideal, um die Aufmerksamkeit ihrer Fans und Follower auf Facebook und Twitter zu gewinnen. Zu diesem Ergebnis kam [Socialbakers](#), der aktuell am stärksten wachsende internationale Social Media-Analysedienst.

Besonders für Konsumgüterhersteller und Telekommunikationsdienstleister scheinen Fans sonntags Augen zu haben: Angebote aus dem Bereich Telekommunikation erreichen Interaktionsraten von 0,11% und liegen damit fast doppelt so hoch wie beispielsweise an Dienstagen oder Donnerstagen (0,06%). Fans dieser Marken beginnen ihren Facebook-Tag offenbar schon im Bett, denn Interaktionsspitzen erreichen Unternehmen wie Vodafone bereits ab 7 Uhr morgens.

Autoliebhaber scheinen dienstags und mittwochs besonders zum Austausch mit ihren Lieblingsmarken bereit zu sein. An diesen Tagen sorgen Automobilhersteller für durchschnittliche Interaktionsraten von 0,11% beziehungsweise 0,10%. Bildbeiträge wie Updates für Fotoalben oder Videos erzielen in diesem Markt die größte Dialogbereitschaft.

„Um sich erfolgreich mit ihren Fans auszutauschen, müssen Marken ihre Social Media-Updates auf die Internetgewohnheiten ihrer Zielgruppen abstimmen,“ erklärt Jan Rezab, CEO von Socialbakers. „Natürlich muss die ganze Woche über ein kontinuierliches Engagement an den Tag gelegt werden. Doch Unternehmen sollten in Erwägung ziehen, ihre wertvollsten Inhalte auf die Zeiträume abzustimmen, in denen ihre Fans die größte Interaktionsbereitschaft zeigen. Nur so kommen sie online ideal ins Gespräch.“

Außerdem erkennen laut Socialbakers immer mehr Unternehmen den Wert des Dialogs mit ihren Fans und reagieren auf Fanbeiträge: Bis zu 15,5% der Beiträge werden von den Marken kommentiert, im vergangenen Oktober lag die Rate noch bei 5%.

Socialbakers misst Nutzerinteraktion wöchentlich und stündlich, um verlässliche Echtzeitauswertungen von Social Media-Aktivitäten zu generieren. Weitere Social Media-Analysen finden Sie unter <http://www.socialbakers.com>.



# socialbakers

The Recipe for Social Marketing Success

## Durchschnittliche Interaktionsraten bei Automobilmarken auf Facebook

Tag	Durchschnittliche Interaktionsrate zwischen 25. Februar und 25. März	Erfolgreichstes Posting
Montag	0.09%	Album
Dienstag	0.11%	Foto
Mittwoch	0.10%	Album
Donnerstag	0.09%	Album
Freitag	0.10%	Foto
Samstag	0.08%	Foto
Sonntag	0.08%	Foto

## Durchschnittliche Interaktionsraten bei Telekommunikationsdienstleistern auf Facebook

Tag	Durchschnittliche Interaktionsrate zwischen 25. Februar und 25. März	Erfolgreichstes Posting
Montag	0.07%	Album
Dienstag	0.06%	Foto
Mittwoch	0.07%	Status
Donnerstag	0.06%	Status
Freitag	0.09%	Foto
Samstag	0.08%	Status
Sonntag	0.11%	Foto

## Durchschnittliche Interaktionsraten bei Konsumgüterherstellern auf Facebook

Tag	Durchschnittliche Interaktionsrate zwischen 25. Februar und 25. März	Erfolgreichstes Posting
Montag	0.10%	Foto
Dienstag	0.11%	Foto
Mittwoch	0.10%	Foto
Donnerstag	0.12%	Foto
Freitag	0.12%	Foto
Samstag	0.15%	Foto
Sonntag	0.16%	Foto



# socialbakers

The Recipe for Social Marketing Success

## Durchschnittliche Interaktionsraten bei Medien auf Facebook

Tag	Durchschnittliche Interaktionsrate zwischen 25. Februar und 25. März	Erfolgreichstes Posting
Montag	0.07%	Link
Dienstag	0.05%	Link
Mittwoch	0.05%	Foto
Donnerstag	0.04%	Foto
Freitag	0.05%	Link
Samstag	0.05%	Foto
Sonntag	0.06%	Foto

## Über Socialbakers.com

[Socialbakers](#) hat sich auf Social Media-Analyse und-Management spezialisiert und ist die am häufigsten herangezogene Quelle wenn es um Facebook-Daten und –Statistiken geht. Über zehn Millionen Facebook-Pages und Places hat Socialbakers seit dem Start 2008 bereits indiziert. Heute bietet das Unternehmen die beiden nutzerfreundlichen Produkte [Engagement Analytics](#) und [Engagement Builder](#). Socialbakers ist die einzige Lösung, die es Marken wie Lufthansa, L'Oreal, Danone, Vodafone, Samsung, GE Money, Ogilvy, Kraft und Peugeot ermöglicht, ihre und die Kampagnen ihrer Wettbewerber zu messen und den Erfolg ihres Engagements zu bestimmen. Socialbakers wurde mit dem Red Herring 100 Europe 2011 Award ausgezeichnet. Weitere Informationen stehen unter [www.socialbakers.com](http://www.socialbakers.com) bereit.

## Kontakt

### Socialbakers.com

Egon Wilcsek

E-Mail [egon@socialbakers.com](mailto:egon@socialbakers.com)

Tel: +49 89 4114 7272 1

Twitter: [@SocialbakersDE](#) and [@ewilcsek\\_social](#)

### Hotwire PR

Florian Hohenauer / Paula Landes

E-Mail [florian.hohenauer@hotwirepr.com](mailto:florian.hohenauer@hotwirepr.com)  
[paulina.landes@hotwirepr.com](mailto:paulina.landes@hotwirepr.com)

Tel: +69 25 66 93-0