

Automobilindustrie: Keine Branche begeistert mehr

Facebook-Fans

Auf rund eine Milliarde Nutzer kann Facebook mittlerweile verweisen. Immer häufiger sind auch Firmen in diesem Netzwerk aktiv. Doch wie effektiv sind die größten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien sowie den US A mittlerweile auf Facebook unterwegs? Wie viele Facebook-Fans können sie auf sich vereinen?

Diesen Fragen ging nun eine Studie des deutschen Onlineportals „Netz-Trends.de“ nach. Für drei Monate bis 15. Februar diesen Jahres wurden weltweit rund 1960 Facebook-Seiten überprüft. Konkret die Facebook-Fans für die jeweils 30 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, den USA und Großbritannien wurden untersucht. Zusätzlich wurde die weltweite Anzahl der Fans der 30 wertvollsten Marken der Welt recherchiert.

Ebenfalls im Fokus: Die Anzahl der Facebook-Fans der 10 einflussreichsten Frauen und der 10 einflussreichsten Menschen der Welt und schließlich der 100 berühmtesten Persönlichkeiten von Gegenwart und Vergangenheit. Verfügte ein Weltkonzern über mehrere Länderseiten, wurden diese addiert. Beispiel: Der Autokonzern VW hat weltweit über 50 VW-Fanpages in Facebook. Sie wurden addiert

Betrachtet man Unternehmen, Weltstars und Marken zusammen, so lässt sich sagen: Disney schlägt sie alle. Die Studie fand für den Disney-Konzern mit seinen diversen Marken (Disney-Parks, Disney-Filme etc.) die meisten Facebook-Fans: 82 Millionen.. Auf Platz zwei folgen aber nicht etwa Apple oder Coca-Cola, sondern die amerikanische Sängerin Rihanna mit 69,3 Millionen Facebook-Fans. Den dritten Platz nimmt Eminem mit 68,9 Millionen Facebook-Likes ein. Erst auf Platz vier kommt die Weltmarke Coca Cola mit 57,8 Millionen Facebook-Empfehlungen.

Obwohl der Sänger Michael Jackson bereits seit vier Jahren tot ist, schlägt er fast alle lebenden Weltstars. Denn er verfügt mit rund 58 Millionen Facebook-Fans über fast doppelt so viele wie beispielsweise Britney Spears (24 Millionen). Direkt nach Michael

Jackson folgt das Fast-Food-Restaurant McDonalds mit rund 46 Millionen Facebook-Empfehlungen. Dass der US-Präsident Barack Obama tatsächlich einen gewissen Pop-Status hat, belegt seine große Fangemeinde in Facebook: 34 Millionen. Zum Vergleich: Bundeskanzlerin Angela Merkel gilt zwar als mächtigste Frau der Welt, hat aber gerade einmal 226 000 Facebook-Fans und der britische Premier David Cameron sogar nur 180 000.

Auch wenn Madonna weltweit wohl erheblich berühmter ist als Rihanna, so muss sie sich dennoch mit rund 11,5 Millionen Facebook-Daumen zufrieden geben. Das entspricht Platz 6 unter den 100 wichtigsten Weltstars. Ihr folgen John Lennon mit 10,9 Millionen (Platz 9) oder Elvis Presley mit 7,5 Millionen (Platz 11). Weit vorn landeten das Wissenschafts-Genie Albert Einstein mit immerhin 4,9 Millionen Facebook-Fans. Damit hat Einstein sogar mehr Facebook-Fans als Tom Cruise (3,8 Millionen, Platz 18). Der englische Dramatiker William Shakespeare verfügt mit 4,3 Millionen Facebook-Fans (Platz 16) ebenfalls über mehr Facebook-Daumen als Tom Cruise. Fast keine Rolle spielt im Facebook-Netzwerk der Alt-Rocker Mick Jagger mit „nur“ rund 360 000 Facebook-Empfehlungen.

Nimmt man die vier wichtigen Industrieländer Deutschland, Frankreich, Großbritannien sowie die USA und schaut sich dort die Facebook-Seiten der nach Umsatz größten Konzerne an, so führt der US-Einzelhandelsriese Wal-Mart mit rund 27 Millionen Facebook-Fans ganz klar. Es folgt der französische Kosmetik-Riese L'Oreal (14,8 Millionen Facebook-Empfehlungen) sowie der deutsche Automobilhersteller Daimler mit seinen Mercedes-Benz-Fanpages (13,7 Millionen Empfehlungen), dicht gefolgt vom ebenfalls deutschen Autokonzern BMW (rund 12 Millionen Facebook-Fans; Platz 4).

Auf dem fünften Platz liegt schließlich der französische Modekonzern Christian Dior (11 Millionen Facebook-Empfehlungen). Mit Platz sechs muss sich der US-Elektronikhersteller Apple zufrieden geben (10 Millionen Facebook-Fans). Der deutsche Automobilhersteller Volkswagen (VW) kann immerhin von sich sagen, direkt nach Apple auf Platz 8 zu liegen und zwar mit rund 9,6 Millionen Facebook-Fans weltweit. Damit liegt VW sogar vor dem britischen Telekommunikations-Konzern Vodafone (8,3 Millionen) oder dem US-Telekommunikationsriesen AT&T (4,5 Millionen). Erstaunlich: Der US-Autogigant Ford dümpelt mit 4,3 Millionen Facebook-Fans eher auf den hinteren Plätzen der größten Konzerne weltweit.

Betrachtet man nur die 30 umsatzstärksten deutschen Unternehmen, so zeigt sich: Die Automobil-Konzerne sind nicht nur vom Umsatz her die Riesen der Nation. Keine andere Branche kann so viele Facebook-Fans begeistern. Das wird beim Blick aufs deutsche

Ranking deutlich: Nach Daimler, BMW und Volkswagen folgt erst auf Platz vier Lidl, bzw. die Schwarzgruppe mit 4,9 Millionen Facebook-Fans. Dann folgen Unternehmen wie Shell (2,3 Millionen), Metro (1,5 Millionen), Lufthansa (1,5 Millionen), Siemens (522 000), ALDI (418 000), Continental AG (328 000), die TUI (301 000) oder die Deutsche Bahn AG (244 000).

Bilder zum Artikel:



BMW-Studie auf dem IAA-Stand: Konzeptauto Vision Efficient Dynamics. Foto: Auto-Medienportal/BMW



IAA 2009 - die letzten Vorbereitungen laufen