



**Mehrbezieher-Studie von  
YouGov Deutschland**

**Social Media Branchen-Report: Mode**

**Sind Mode-Marken auf der Höhe ihrer  
Kunden?**



Holger Geißler | [holger.geissler@yougov.de](mailto:holger.geissler@yougov.de) | +49 221 42061 344

Alexandra Schytrumpf | [alexandra.schytrumpf@yougov.de](mailto:alexandra.schytrumpf@yougov.de) | +49 221 42061 479

Nina Simons | [nina.simons@yougov.de](mailto:nina.simons@yougov.de) | +49 221 42061 543



1

# Social Media: Status Quo



# 1

## Warum Social Media? - Aus Nutzersicht -

Auf Social-Media-Plattformen steht der Nutzer im Mittelpunkt

- Gestaltung und Veröffentlichung eigener Online-Inhalte (User Generated Content) ohne Kenntnisse von Programmiersprachen
  - ⇒ User wird zum „Prosumenten“, der nicht nur Inhalte und Informationen konsumiert, sondern auch produziert
  
- Austausch und soziale Interaktion mit anderen Usern auf einfach zu bedienenden, nutzerfreundlichen Plattformen
  - ⇒ Veränderte Wahrnehmung und Nutzung sowie „Demokratisierung“ des Internets durch Wandel von one-to-many hin zu many-to-many Kommunikation



**Social-Media-Plattformen befriedigen Grundbedürfnisse des Menschen nach Selbstdarstellung, sozialen Kontakten und Kommunikation**

1

# Warum Social Media? - Aus Unternehmenssicht -

Neue Möglichkeiten, um mit (potenziellen) Kunden in Kontakt zu treten

- Das Marketing befindet sich in einer Lern- und Umbruchphase
- Kommunikation wandelt sich, weil Konsumenten mitreden und selbst festlegen, worüber gesprochen wird - und zwar öffentlich
- Das Wachstum von Social Media wird eine Zäsur in der Kommunikationsweise von Unternehmen mit ihren (potenziellen) Kunden mit sich bringen
- Das Nutzerpotenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft. Unternehmen, die es versäumen den Konsumenten auch über soziale Medien anzusprechen, verschenken Kundenbindung, Imagewerte und viele Möglichkeiten, neue Zielgruppen zu erschließen



▶ **Social Media ist relevant, innovativ und regt zum Dialog an**

1

# Aktueller Trend: location-based services

## Neue Möglichkeiten für Nutzer und Unternehmen



- Was gestern noch die statische Nutzung von Social-Media-Plattformen vom heimischen PC aus war, ist heute die mobile Vernetzung von unterwegs über Smartphones
- Hier kommt real-time Vernetzung von Social-Media-Plattformen (foursquare, facebook places etc.) eine immer größere Bedeutung zu und es entstehen daraus neue Marketingmodelle (location-based advertising)



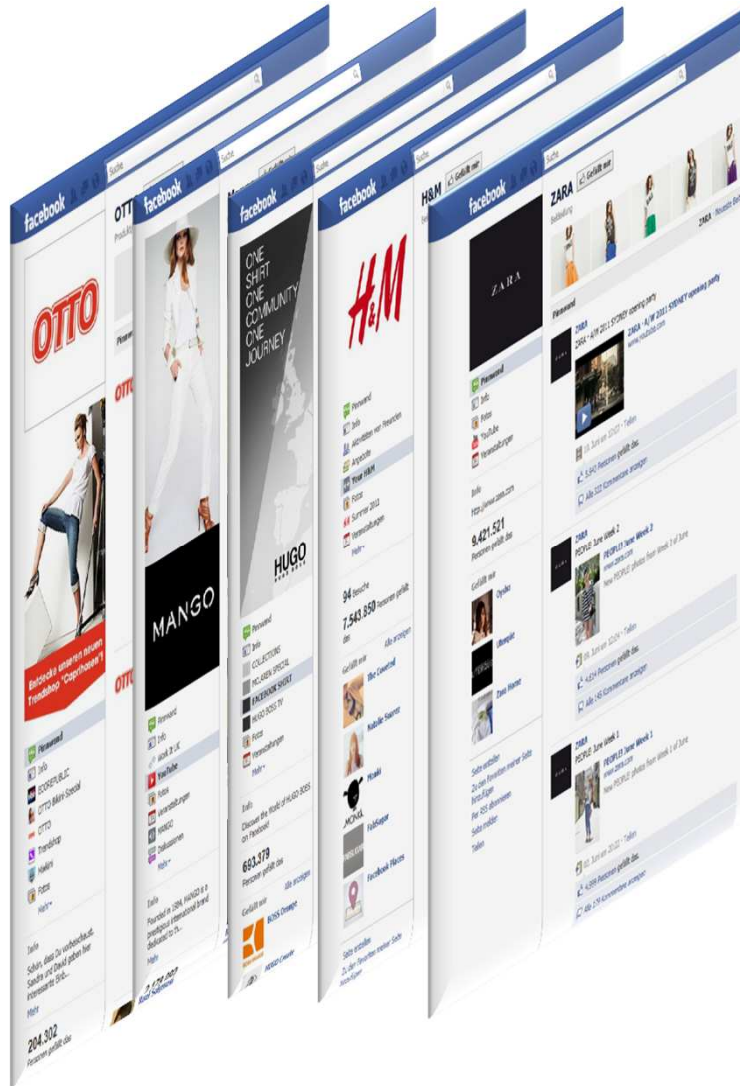
2

# Untersuchungskonzept der Mehrbezieherstudie



# Inhalte und Design der Studie

Lernen Sie, wie am Thema Mode interessierte Internetnutzer im Social Web „ticken“!



## Inhalte:

- Analyse der Social-Media-Aktivitäten der Mode-Branche
- Wahrnehmung und Nutzung dieser Aktivitäten durch die am Thema Mode interessierten Internetnutzer in der Social Media
- Identifikation von Potenzialen für Social-Media-Angebote im Bereich Mode
- Consumer-Insights zu aktuellen Social-Media-Themen wie z.B. location-based services
- Vergleichende Analyse der Mode-Branche zu anderen Branchen

## Design:

- Online-Befragung im YouGovPanel; Stichprobe n=1.000, repräsentativ für am Thema Mode interessierte Internetnutzer

# Kernfragestellungen der Studie (I)

## Inhalte des YouGov Social Media Branchen-Report: Mode

- Nutzung sozialer Netzwerke allgemein:**
  - Von wem werden soziale Netzwerke genutzt?
  - Welche sozialen Netzwerke werden genutzt?
  - Wie häufig werden soziale Netzwerke genutzt und aus welchen Gründen?
- Informations- und Kaufverhalten beim Thema Mode:**
  - Wie informiert man sich über das Thema Mode und welche Rolle nimmt Social Media in diesem Prozess ein?
  - Welche Informationen zum Thema Mode werden in sozialen Netzwerken gesucht?
  - Wo werden aktuell und in Zukunft Mode-Produkte gekauft?
- Wahrnehmung und Nutzung von Social-Media-Aktivitäten der Mode-Branche:**
  - Welche Aktivitäten aus dem Bereich Mode werden wahrgenommen? Wo?
  - Wodurch wurde man aufmerksam?
  - Welche Angebote werden genutzt / gewünscht?
  - Best-Practice-Beispiele aus Sicht der Nutzer?
  - Welche Einstellung zu Social-Media-Aktivitäten von Mode-Anbietern und Mode-Marken besteht?
  - Wie vertrauenswürdig sind Social-Media-Plattformen in Bezug auf Mode-Themen im Vergleich zu anderen Quellen?
  - Werden Social-Media-Plattformen für Weiterempfehlungen genutzt?



## Kernfragestellungen der Studie (II)

### Inhalte des YouGov Social Media Branchen-Report: Mode

- Fans / Gruppenmitglieder / Follower von Mode-Anbietern und Mode-Marken:**
  - Wie viele User sind hier aktiv?
  - Aus welchen Gründen ist man aktiv oder nicht aktiv?
  
- Location-based services:**
  - Werden ortsbezogene Dienste genutzt?
  - Über welche Endgeräte?
  - Welche Services sind von Interesse?
  - Welche Zahlungsformen werden bevorzugt?



# Ergebnisse der Studie

Aussagekräftiger Chartbericht inkl. Empfehlungen

Im Rahmen eines Chartberichts erhalten Sie...

- Aussagekräftige Darstellungen der Ergebnisse mit Interpretation
- Eine Management Summary mit Handlungsempfehlungen
- Für einzelne Fragestellungen:
  - Differenzierte Darstellung der Ergebnisse im Vergleich zu anderen Branchen
  - Subgruppenvergleiche nach Alter, Geschlecht, Haushaltsnettoeinkommen und Bildungsstand



# Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Studienbestellung via Fax an (0221) 42061-100, z. Hd. Herrn Geißler

## Studienbestellung: Social Media Branchen-Report: Mode

Preis zzgl. MwSt.

Social Media Branchen-Report: Mode

1.900,- €

### Kontaktdaten

Name

Unternehmen

Anschrift

Email

Telefon

Telefax

Ort, Datum

Unterschrift



# Ihre Ansprechpartner

Noch Fragen? Sprechen Sie uns gerne an!



**Holger Geißler**  
Vorstand

T +49 221 42061-344  
F +49 221 42061-1344

[holger.geissler@yougov.de](mailto:holger.geissler@yougov.de)



**Alexandra Schytrumpf**  
Consultant

T +49 221 42061-479  
F +49 221 42061-100

[alexandra.schytrumpf@yougov.de](mailto:alexandra.schytrumpf@yougov.de)



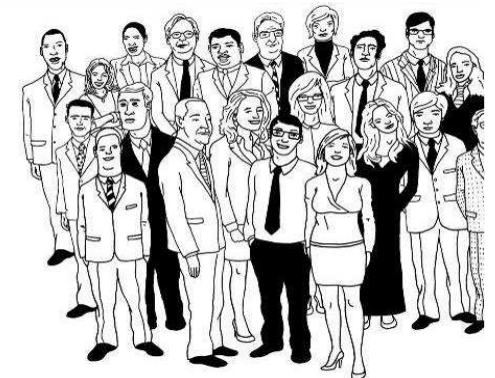
**Nina Simons**  
Consultant

T +49 221 42061-543  
F +49 221 42061-100

[nina.simons@yougov.de](mailto:nina.simons@yougov.de)

**YouGov AG**  
Gustav-Heinemann-Ufer 72  
D-50968 Köln

[www.yougov.de](http://www.yougov.de)



# Anhang

## Quellenangabe Fotos

- Yunus Arakon. „Like key on computer keyboard“. <http://www.istockphoto.com>
- Efendi Egemen. „Social Networking“. <http://fotolia.com>
- N-Media-Images. „Social Media Marketing“. <http://fotolia.com>
- Stauke. „Bilanzierung“. <http://fotolia.com>

