

Second Life Umfrage Ergebnisse

Ergebnisse der Online-Umfrage zum
Auftritt der EnBW in Second Life

1.0 / 04.06.09

The logo for EnBW, consisting of the letters 'EnBW' in a bold, blue, sans-serif font. A horizontal orange line is positioned to the left of the 'E', extending towards the left edge of the slide.

EnBW

Energie
braucht Impulse

Inhalt

- Einleitung
- Fragestellung der Untersuchung
- Umfrageergebnisse
- Fazit

Ende 2008 wurde von der EnBW eine Umfrage zum Thema SecondLife mit Hilfe eines Online-Fragebogens durchgeführt (ca. 30 Fragen). Beworben wurden die Umfrage über TextAds und Banner im deutschen Umfeld von Second Life. Die Umfrage war incentiviert über ein Gewinnspiel.

- Datenbasis nach Bereinigung: 203 Datensätze
- Umfragezeitraum: 29.09.2008 - 17.11.2008

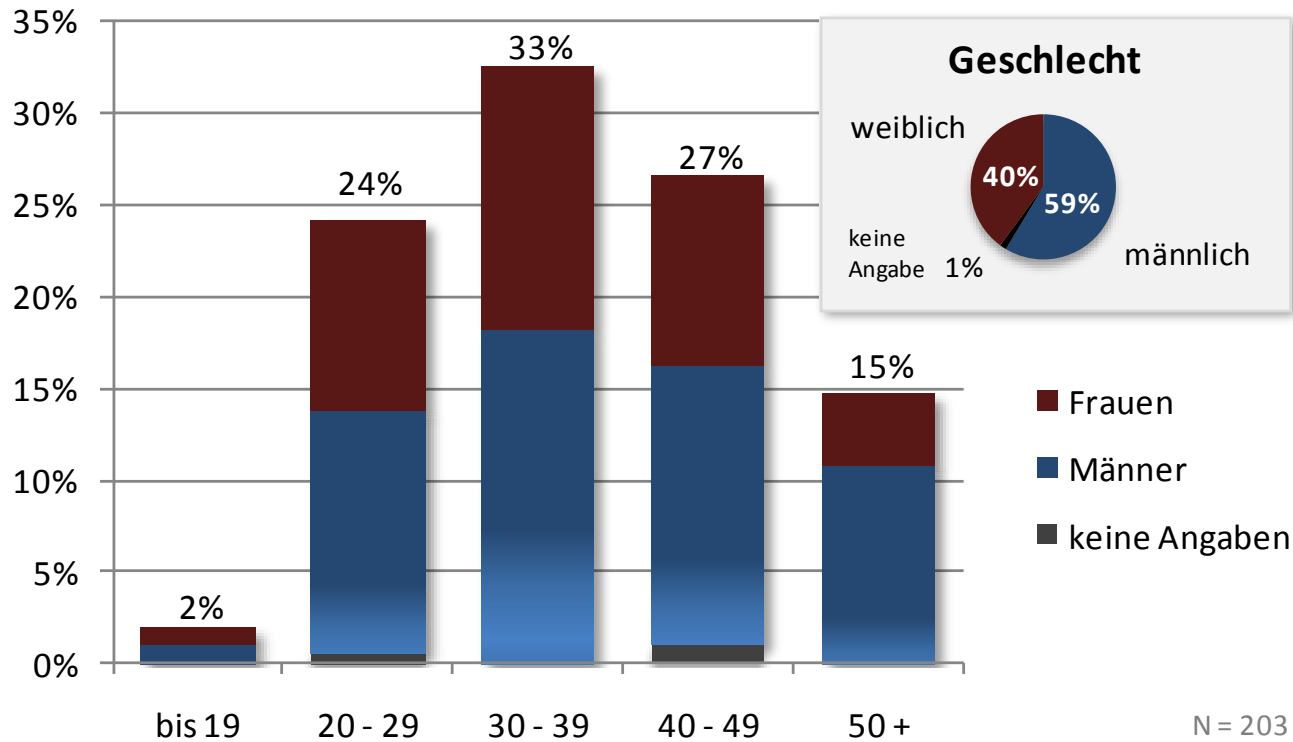
Fragestellung der Untersuchung

- Wer sind die Menschen hinter den Avataren?
- Was machen die Nutzer in Second Life (SL) am liebsten?
- Gibt es differenzierbare Nutzergruppen?
- Wie gut funktioniert die Markenwahrnehmung in SL?
- Welchen Einfluss hat die Präsenz eines Unternehmens in SL auf das Markenimage?
- Wie bewerten die Nutzer den EnBW-Auftritt?
- Was wünschen sich die Nutzer? Was wird gelobt oder kritisiert?

Umfrageergebnisse

Demographische Daten

➤ Geschlechterverteilung in den Altersgruppen

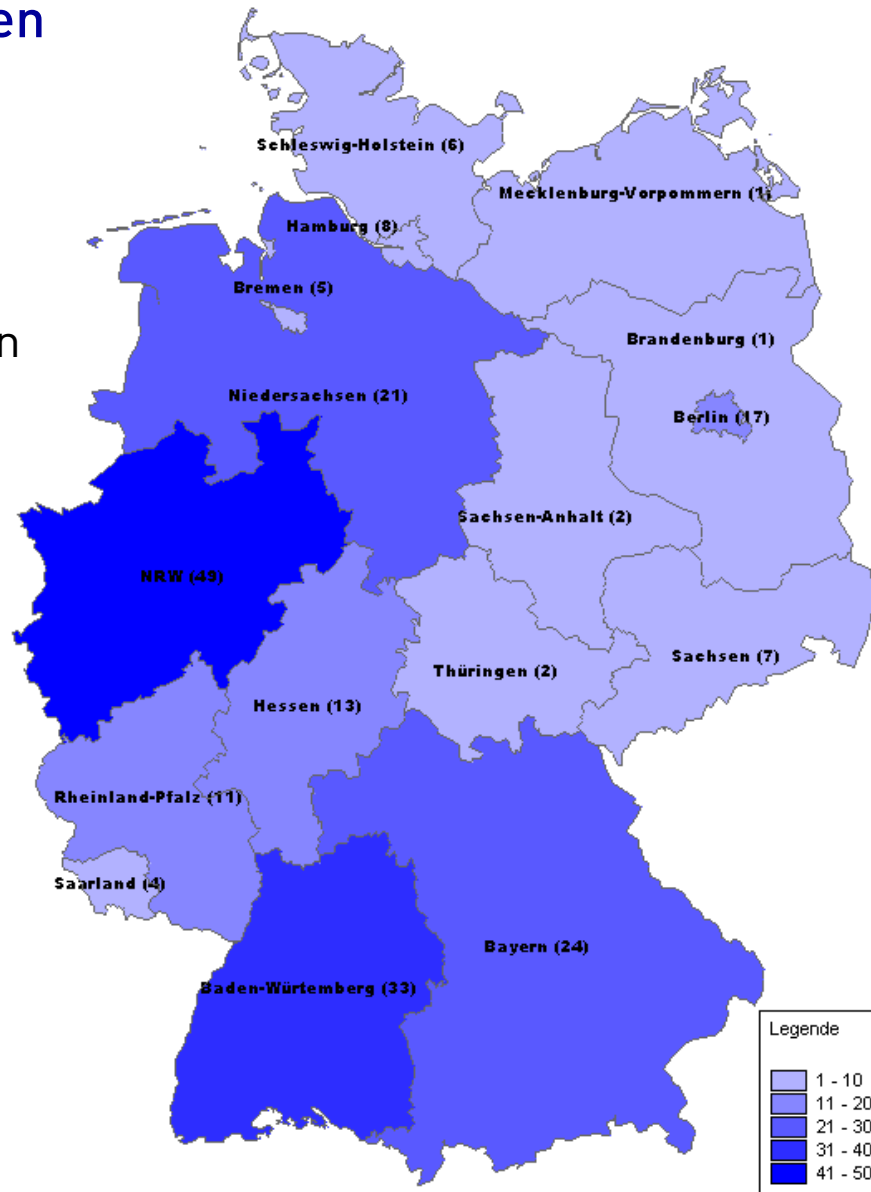


40% der Befragten sind Frauen.

75% der Befragten sind 30 Jahre oder älter.

Umfrageergebnisse Demographische Daten

- Wohnort der Befragten nach Bundesland

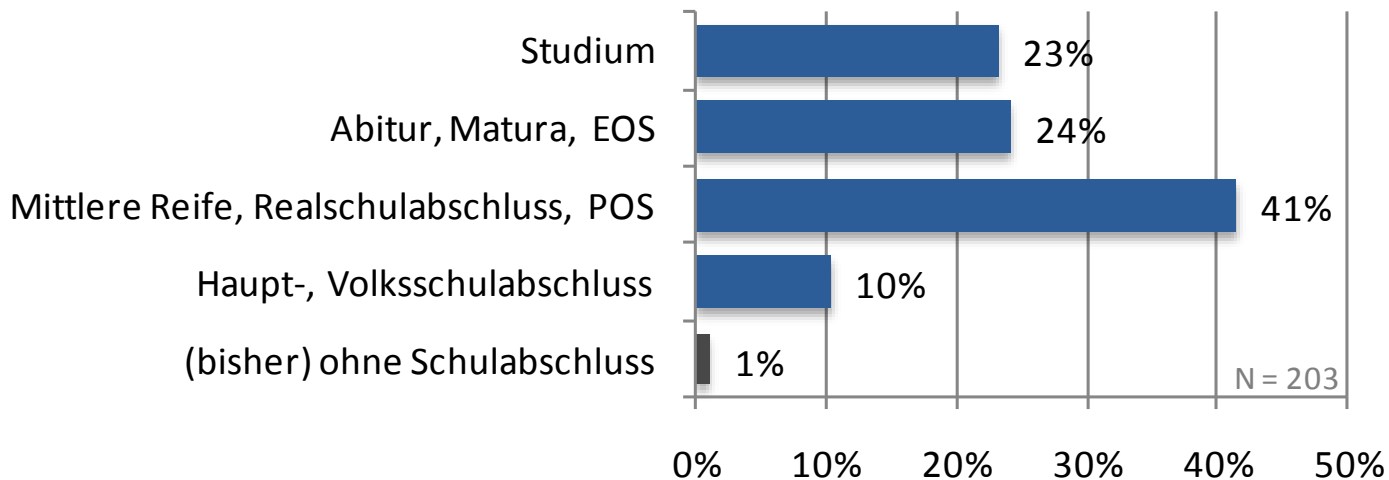


Bei den Teilnehmerzahlen gibt es ein West-Ost Gefälle.

Umfrageergebnisse

Demographische Daten

➤ Bildungsabschluss



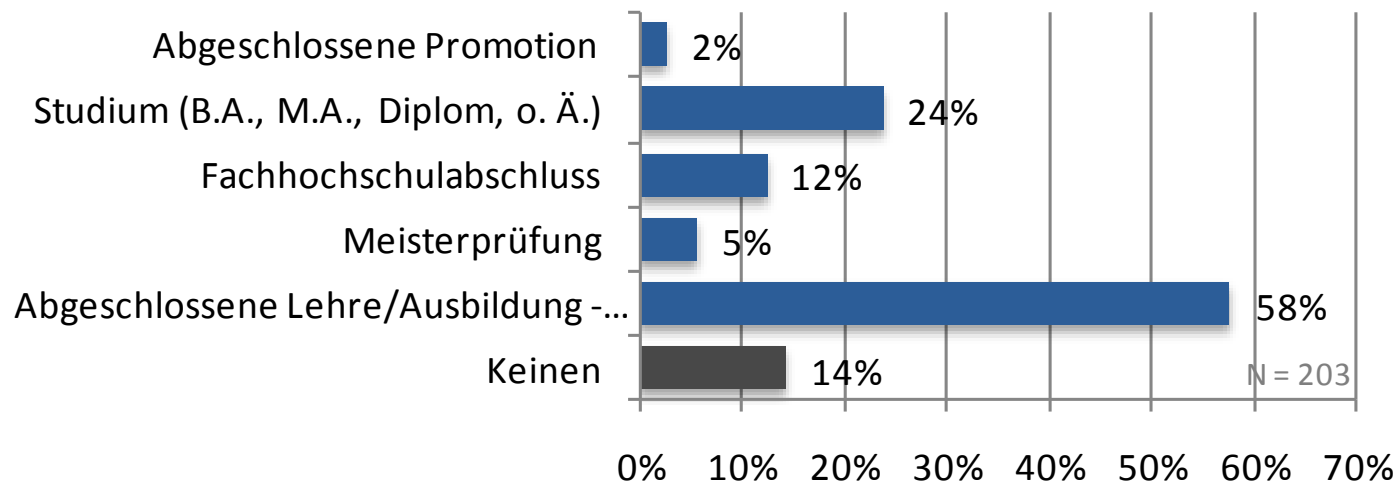
Mittleres bis hohes Bildungsniveau.

Mehr als 80% haben mindestens einen Realschulabschluss.

Umfrageergebnisse

Demographische Daten

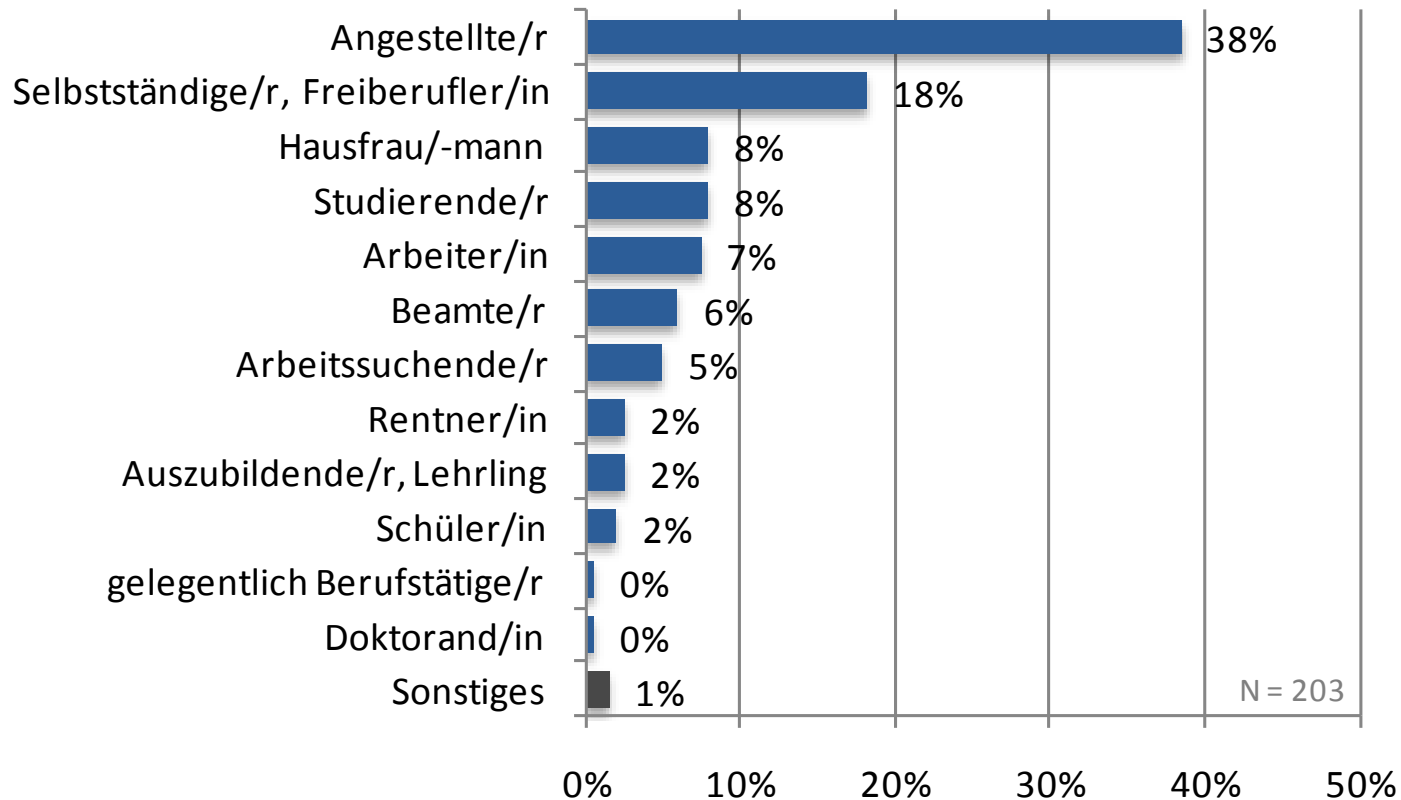
› Berufsausbildungsabschluss



Umfrageergebnisse

Demographische Daten

> ausgeübte Tätigkeit



Die Mehrzahl ist berufstätig.

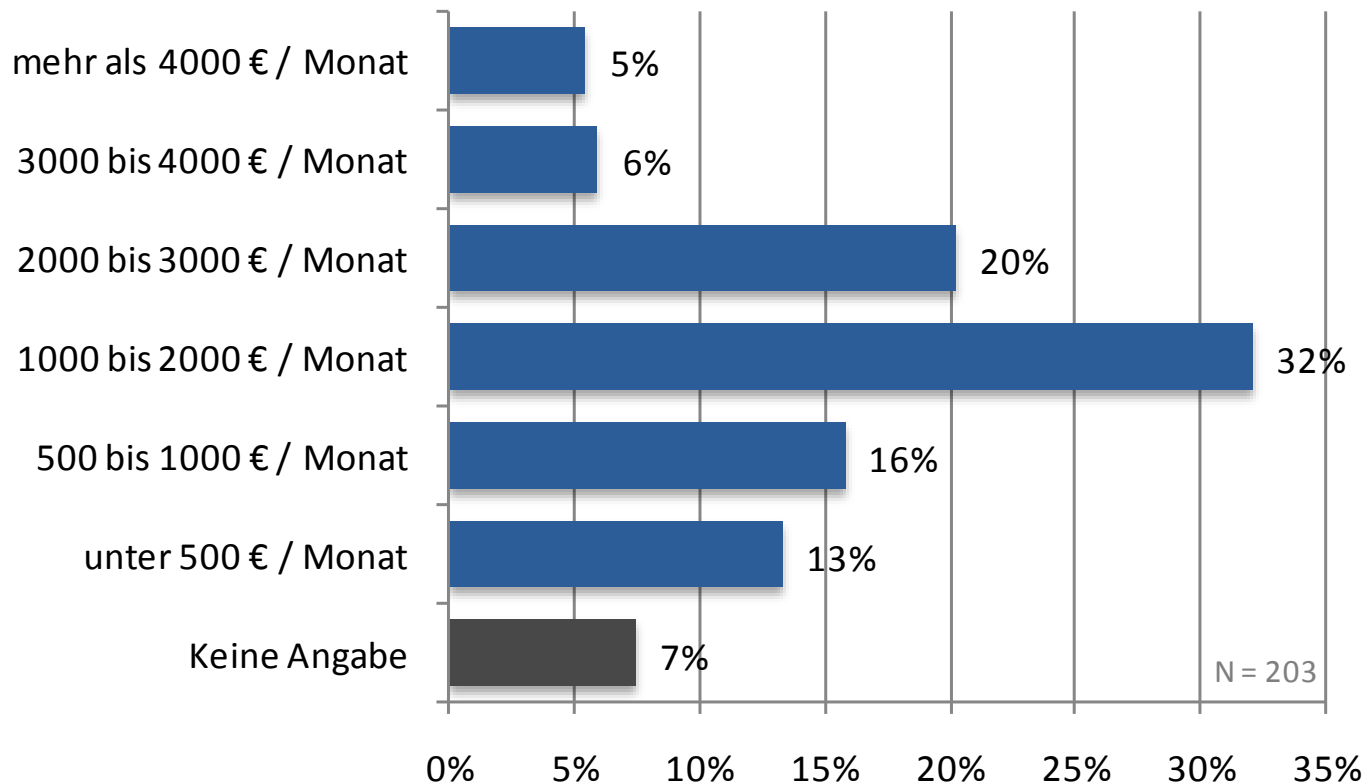
38% sind Angestellte, 18% Selbstständige.

Weniger als 6% sind arbeitssuchend oder nur gelegentlich berufstätig

Umfrageergebnisse

Demographische Daten

> Nettoeinkommen



Mittleres
Einkommens-
niveau
Ca. 50% haben
ein Netto-
einkommen
zwischen 1.000
und 3.000 € pro
Monat

Umfrageergebnisse

Demographische Daten

- **Der Nutzerkreis von Second Life unterscheidet sich deutlich von dem gängiger Computerspiele.** Im Schnitt sind die SL-Nutzer älter und verfügen über einen besseren mittleren Bildungsstand (1/3 der Nutzer verfügt über einen akademischen Abschluss!), der Frauenanteil ist überdurchschnittlich hoch.
- Durch das Fehlen von den sonst vorgegebenen wettbewerbsorientierten Spielinhalten in Second Life ist eine relativ hohe kreative Eigeninitiative der Nutzer und ein gewisses Maß an Sozialkompetenz nötig, um positive Erfahrungen zu erzielen. Die umfangreichen Möglichkeiten erschließen sich erst nach einer gewissen Einarbeitungszeit, die eine entsprechende Geduld und entsprechendes Engagement beim Nutzer voraussetzt.
- Die speziellen Anforderungen korrelieren also recht gut mit der Alters- und Bildungsstruktur der Nutzer.

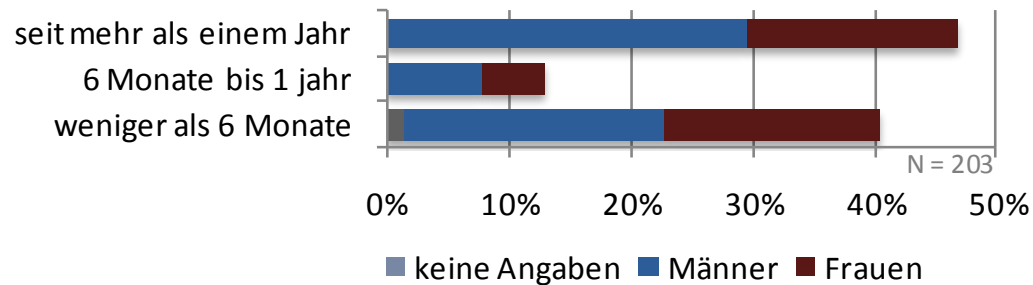
Second Life
Nutzer sind
„anders“.

Umfrageergebnisse

Nutzung von Second Life

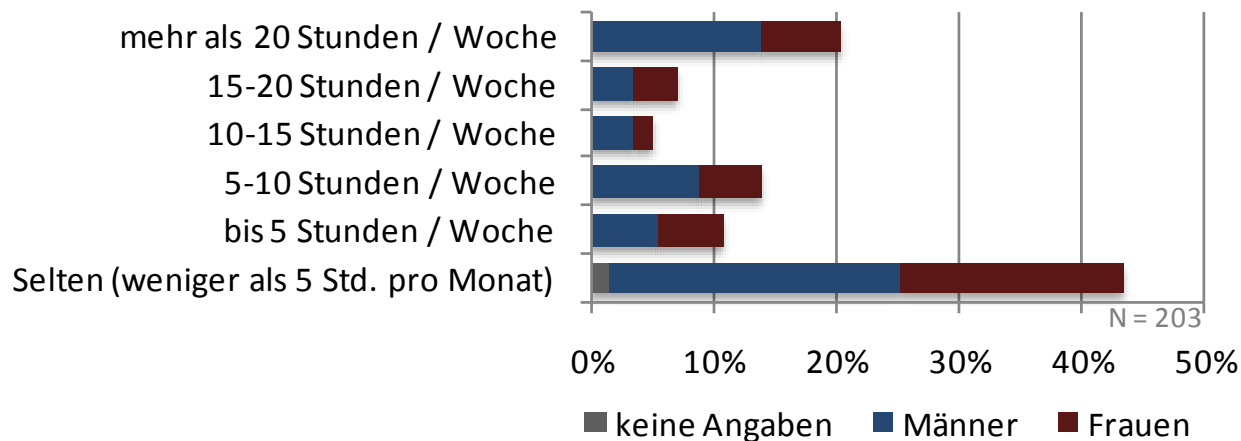


Seit wann nutzen Sie Second Life?



Etwa 47% der Befragten nutzen SL seit mehr als einem Jahr. Bei dieser Nutzergruppe überwiegt der männliche Anteil.

Wie intensiv nutzen Sie Second Life im Durchschnitt?

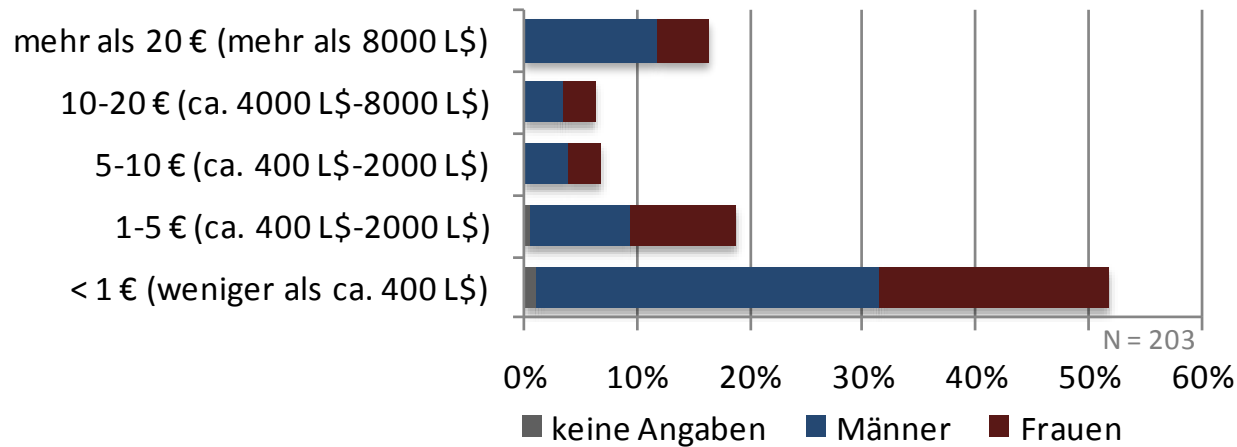


Die Befragten, die SL schon lange nutzen, verbringen in der Regel auch viel Zeit in SL.

Umfrageergebnisse

Nutzung von Second Life

➤ Wie viel Geld geben Sie im Monat für/in Second Life aus?



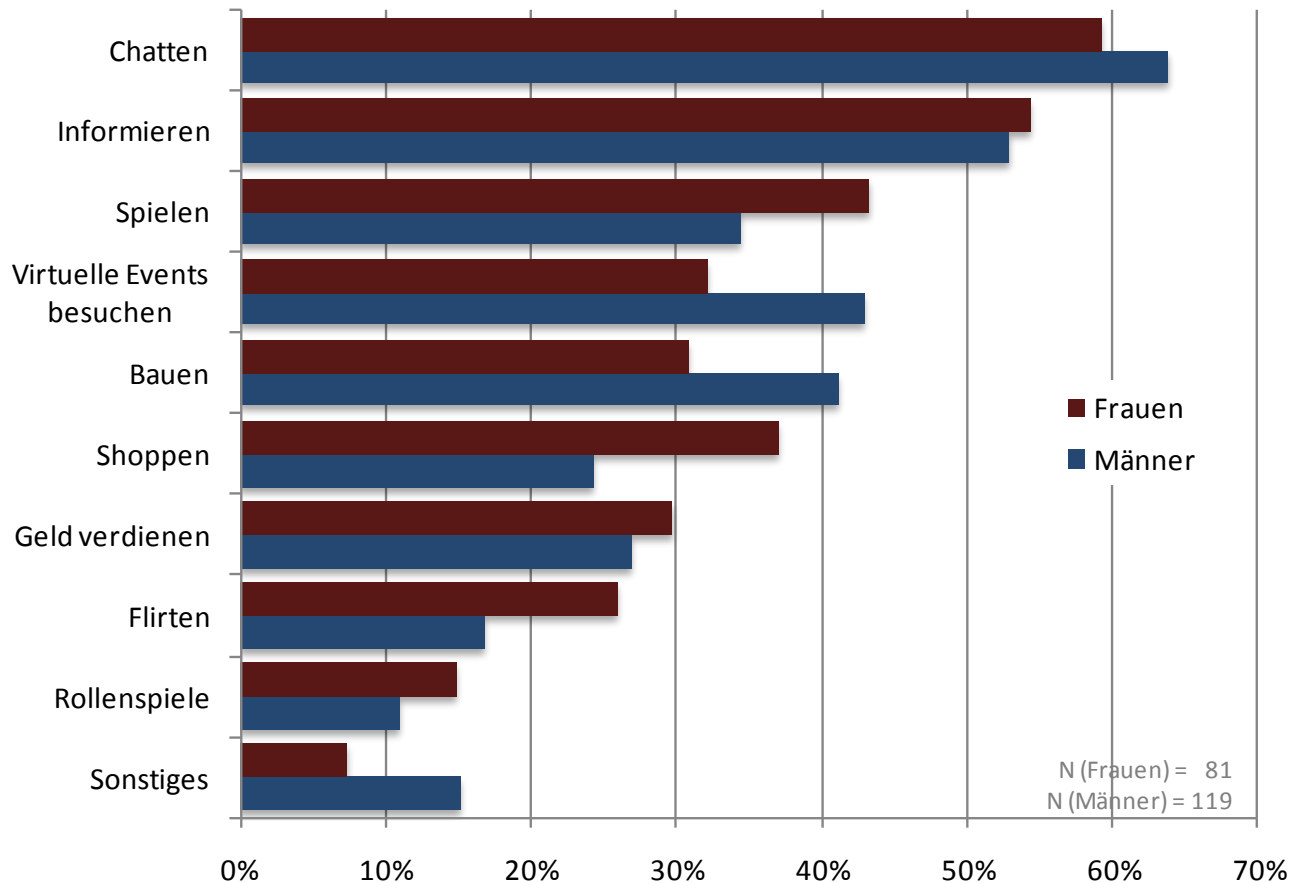
Geld für SL wird in der Regel nur von den Intensivnutzern ausgegeben

Umfrageergebnisse

Nutzung von Second Life



➤ Welchen Tätigkeiten gehen Sie in Second Life nach?



Chatten und Informieren sind die beliebtesten Tätigkeiten.

Männer besuchen gerne virtuelle Events und bauen gerne.

Frauen sind eher am Spielen und Shoppen interessiert. Flirten ist für sie wichtiger als für Männer.

Umfrageergebnisse Nutzung von Second Life

Intensität	in SL seit...			Ausgaben pro Monat					bevorzugte Tätigkeiten								Geschlecht		
	< 6 Monaten	6 bis 12 Monaten	> einem Jahr	< 1 €	1-5 €	5-10 €	10-20 €	> 20 €	Chatten	Informieren	Spielen	Virtuelle Events	Bauen	Flirten	Geld verdienen	Shoppen	Rollenspiele	männlich	weiblich
weniger als 5 Std. pro Monat	77%	9%	14%	89%	10%	1%	0%	0%	34%	52%	39%	9%	7%	8%	10%	6%	3%	55%	42%
bis 5 Stunden / Woche	41%	18%	41%	41%	45%	14%	0%	0%	77%	41%	55%	32%	14%	23%	14%	36%	9%	50%	50%
5-10 Stunden / Woche	7%	25%	68%	25%	32%	18%	7%	18%	86%	57%	43%	64%	61%	21%	25%	29%	18%	64%	36%
10-15 Stunden / Woche	20%	40%	40%	30%	20%	20%	20%	10%	60%	50%	40%	70%	50%	10%	10%	40%	10%	70%	30%
15-20 Stunden / Woche	0%	7%	93%	21%	21%	7%	14%	36%	79%	57%	29%	64%	79%	50%	57%	50%	43%	50%	50%
mehr als 20 Stunden / Woche	2%	5%	93%	12%	12%	5%	17%	54%	90%	56%	32%	68%	78%	37%	68%	66%	20%	68%	32%

N = 203

Klare Trennung:

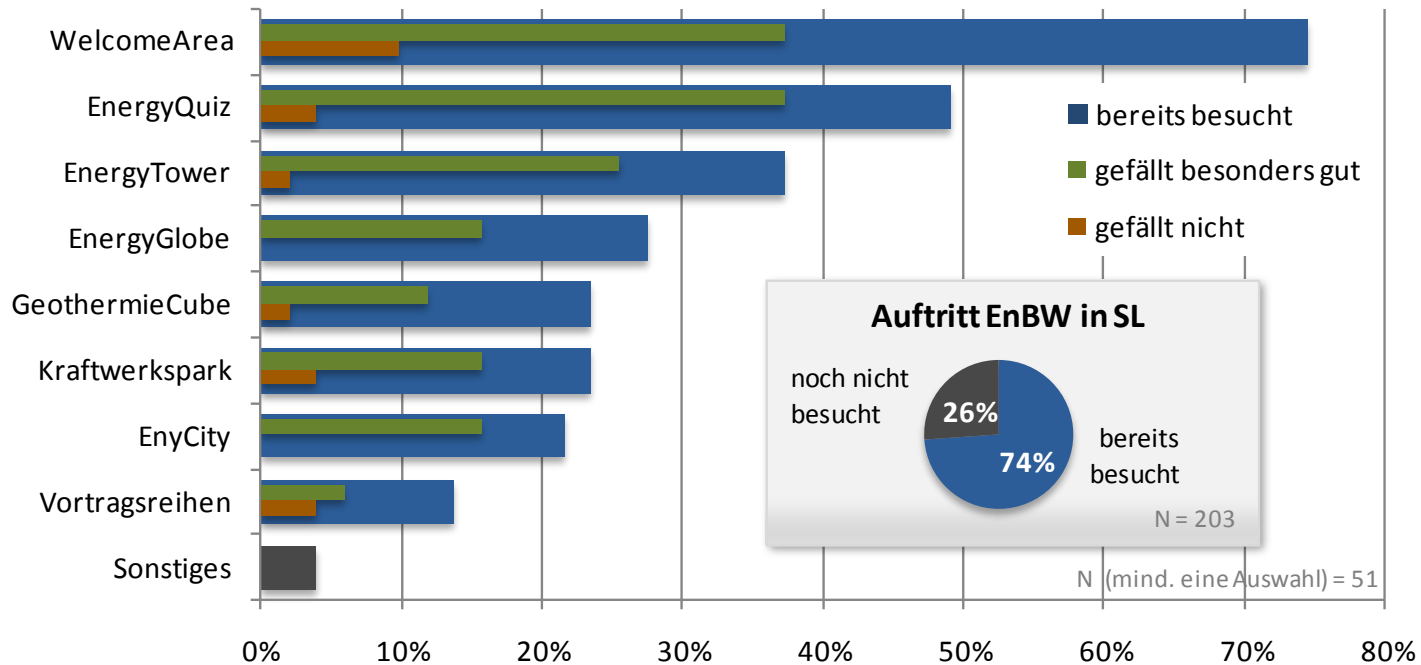
Gelegenheitsnutzer sind meist noch nicht so lange in SL aktiv und bevorzugen Tätigkeiten wie chatten, informieren und spielen. Ist eine gewisse Eintrittsschwelle erst einmal überwunden, werden aus einigen dieser Gelegenheitsnutzer Routine-Nutzer.

Routine-Nutzer chatten sehr gerne, für diese Gruppe ist aber auch das Bauen und die Teilnahme an virtuellen Events sehr interessant. Mit der Nutzungsdauer steigt zudem das Interesse am Shoppen und Geld verdienen. Das kreative und aktive eigene Engagement steigt mit der Nutzungsdauer.

Umfrageergebnisse Nutzung von Second Life



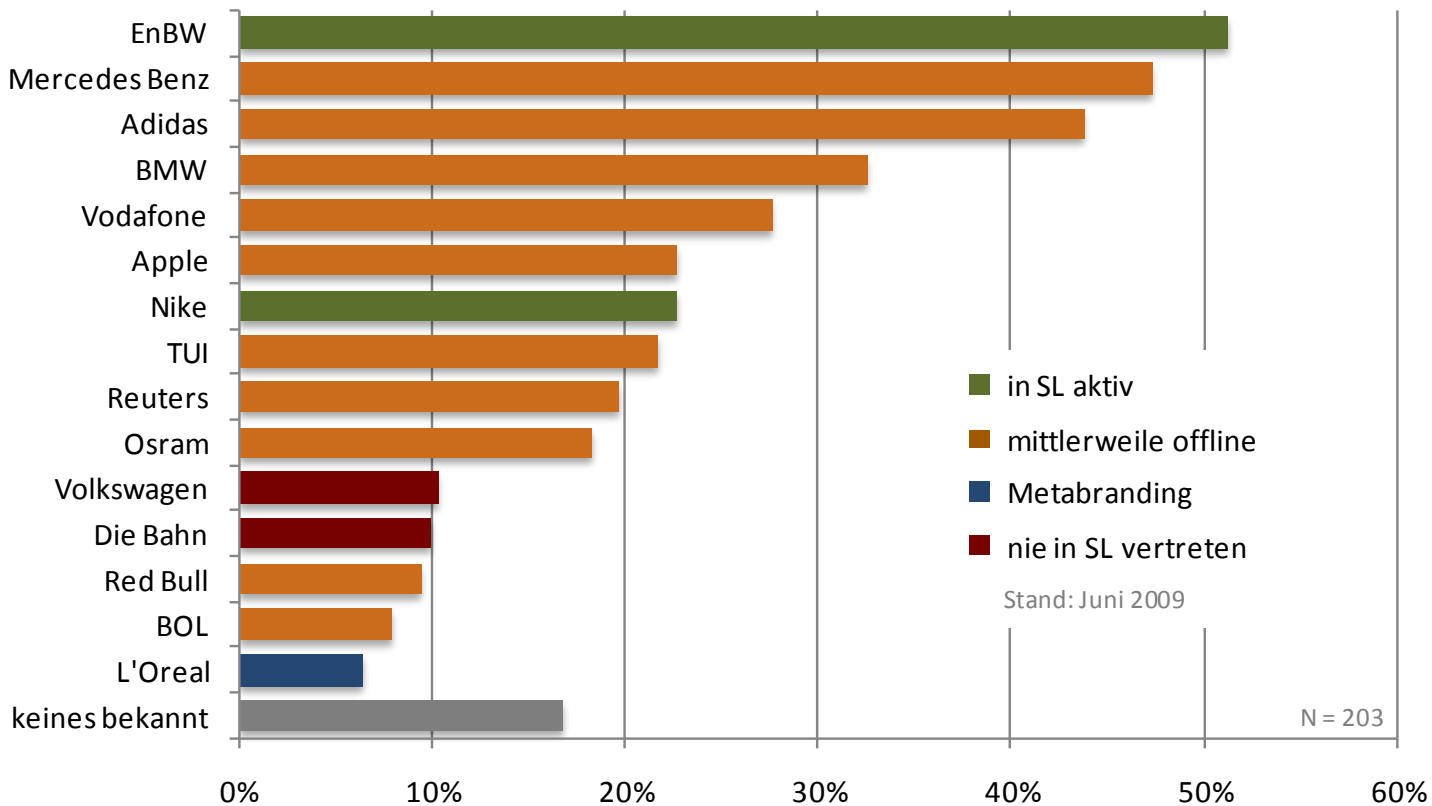
➤ Welche Angebote wurden genutzt und wie werden sie bewertet?



Unter den besuchten Angeboten gefällt den Nutzern vor allem das EnergyQuiz besonders gut.

Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung

➤ Bitte kreuzen Sie hier die Unternehmen an, von denen Sie wissen, dass sie in Second Life aktiv sind/waren.

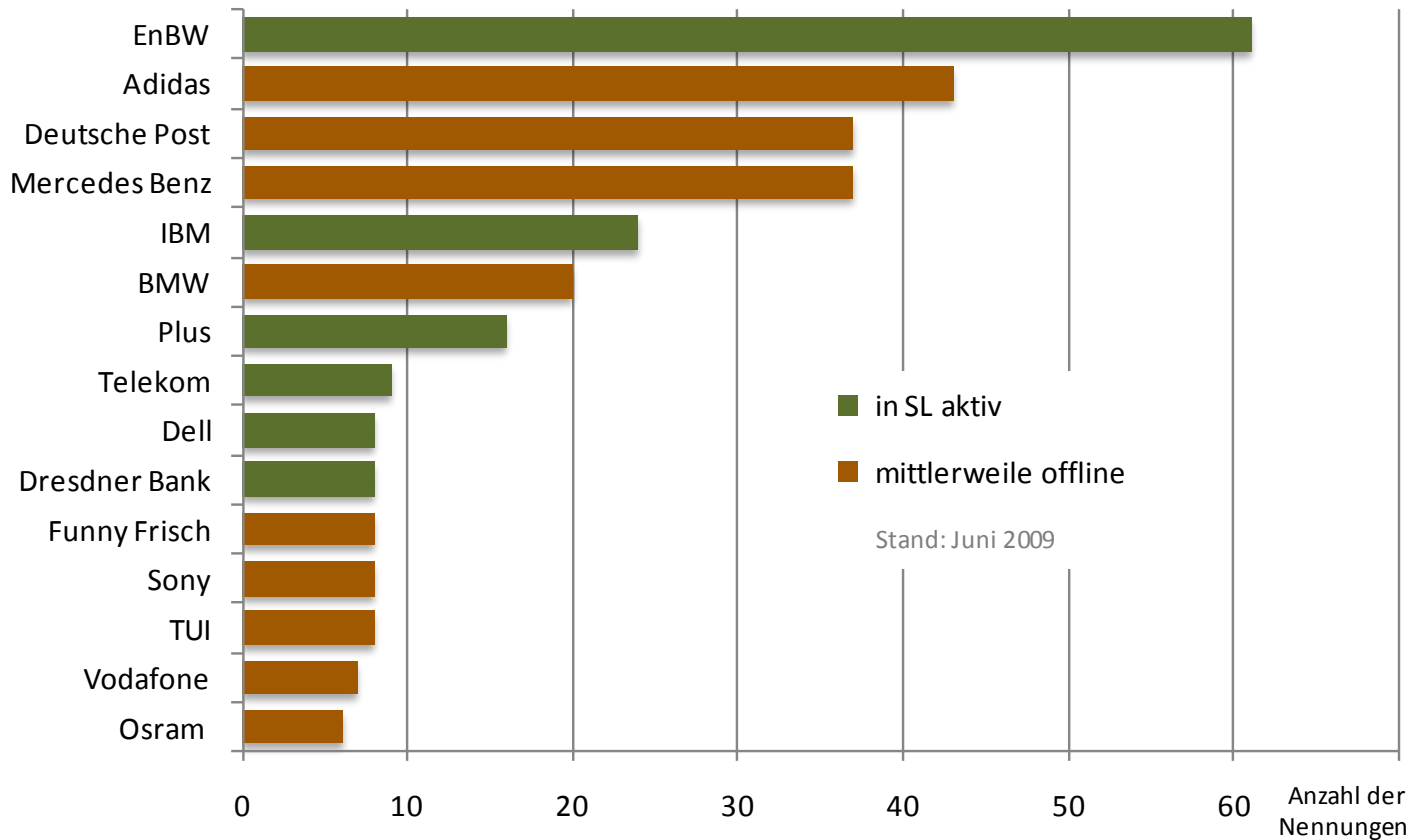


Die Marken bleiben gut im Gedächtnis der Nutzer.

Auch Marken, die keinen offiziellen Auftritt in SL pflegen, werden genannt.

Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung

➤ Welche Unternehmen kennen Sie, die in SL aktiv sind oder waren (max. 6)?



Die Mehrheit der Befragten konnte sich an Markenauftritte in SL sehr gut erinnern.

Von den genannten Marken sind nur noch wenige aktiv in SL vertreten.

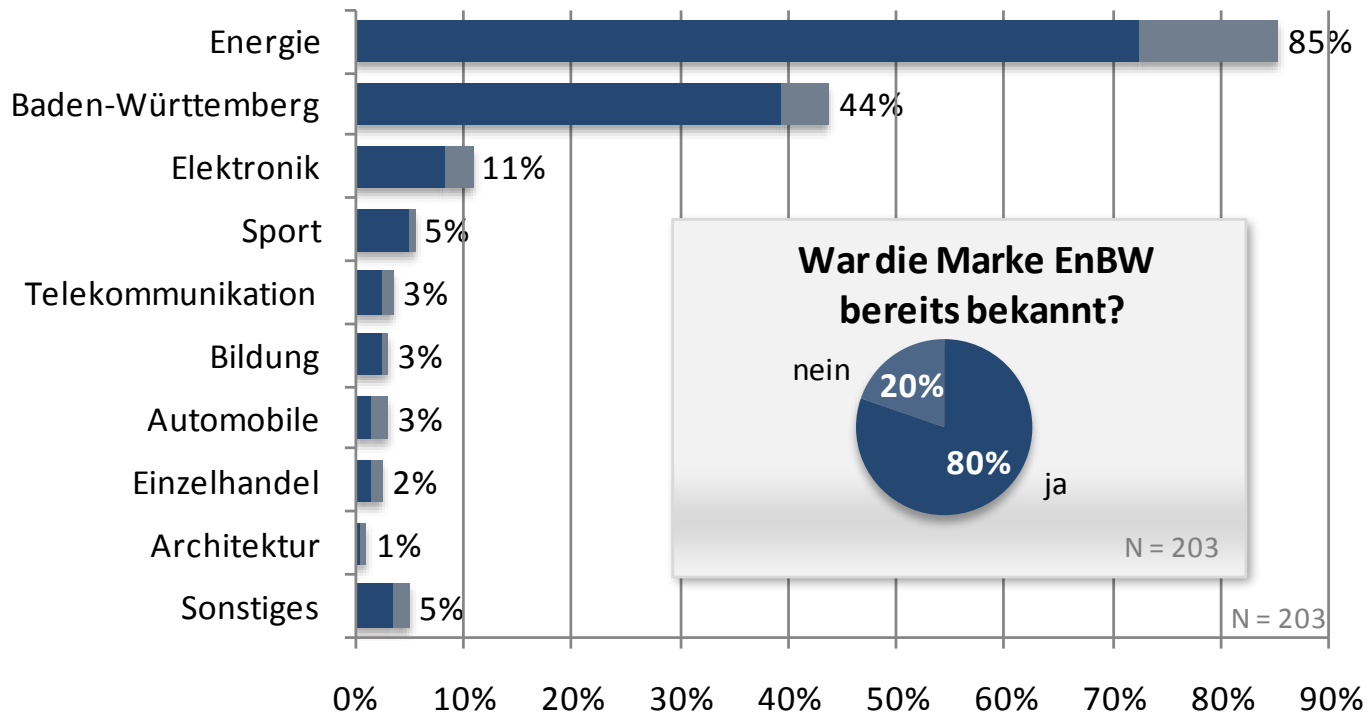
Umfrageergebnisse
Markenwahrnehmung



Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung



➤ Womit bringen Sie die Marke EnBW im „Real-Life“ in Verbindung?

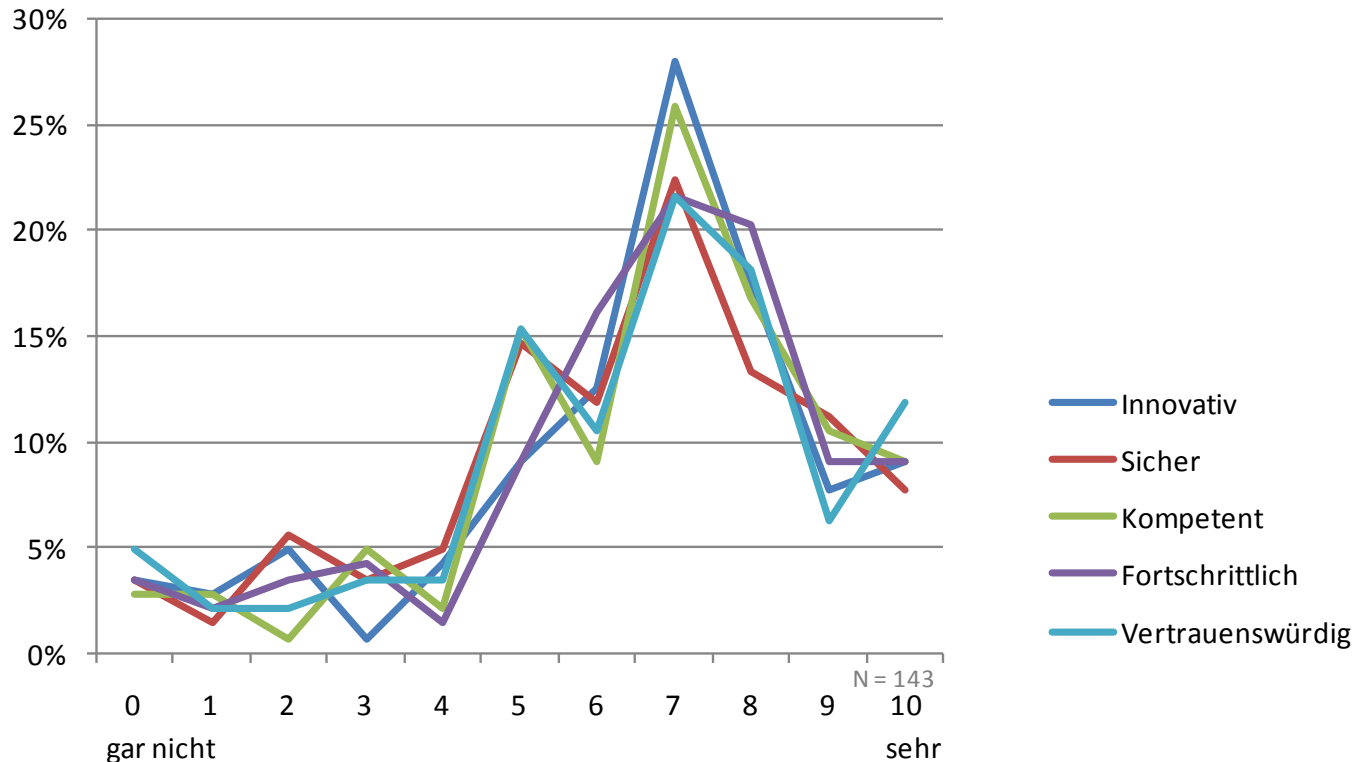


Die Mehrzahl der Befragten kann die Marke EnBW korrekt der Branche zuordnen.

Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung



➤ Wie bewerten Sie die Marke / das Unternehmen EnBW gemäß folgender Kriterien?

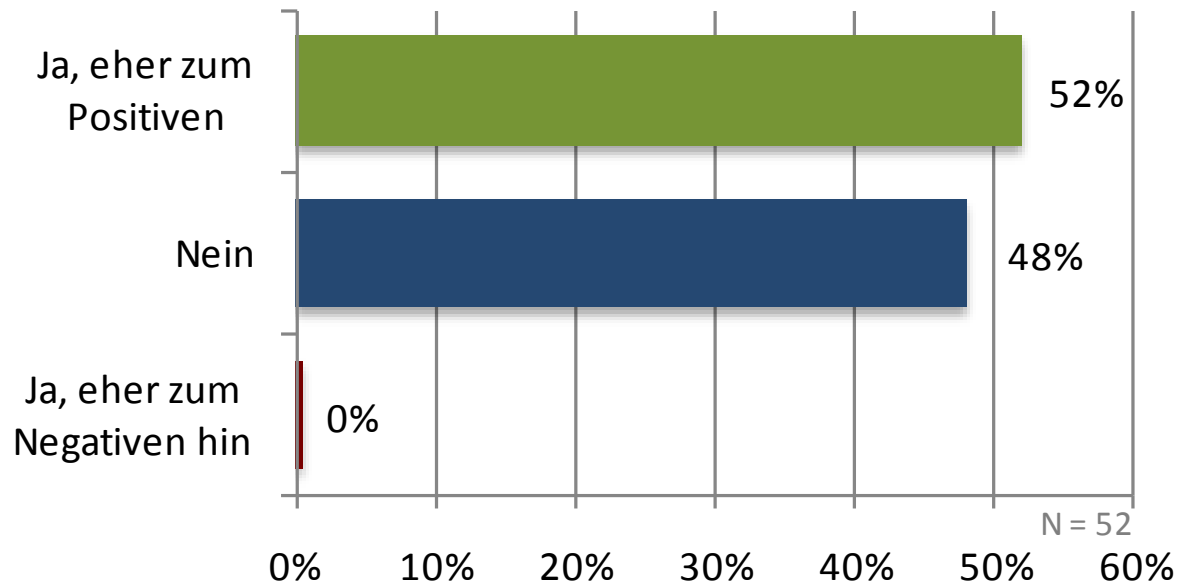


Die Befragten bewerten die EnBW sehr positiv.

Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung



- Hat der Besuch des EnBW EnergyParks in Second Life Ihre Einstellung zur EnBW geändert?



Bei der Mehrzahl der Befragten wurde die Einstellung zur EnBW durch den Auftritt positiv beeinflusst.

Umfrageergebnisse Markenwahrnehmung



- Die Markenwahrnehmung in SL funktioniert sehr gut. Nahezu alle Befragten konnten die Marke der korrekten Industrie zuordnen und vergaben sehr gute Noten für die Markenwerte. Die Nutzer nehmen die EnBW vor allem als **kompetent** und **innovativ** wahr.
- Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer konnte auf Anhieb mindestens ein Unternehmen nennen, das in SL aktiv ist.
- Marken, die nur über ihre Produkte in SL aktiv sind und keinen eigenen Auftritt pflegen (Metabranding) werden weniger gut wahrgenommen.

Bei keinem Nutzer hat der Auftritt der EnBW einen negativen Eindruck hinterlassen.

Umfrageergebnisse

Topologie der Wünsche (1)



- Die Nutzer wünschen sich vor allem mehr „Leben“ in Second Life. Also mehr **virtuelle Events und Aktionen mit Spielen und Aktionen**, in denen viele Nutzer zusammenkommen und sich austauschen können.
- Die **Qualität der Darstellung** mit interessanten Funktionen und **umfangreichen Interaktionsmöglichkeiten** spielt eine wichtige Rolle in der Bewertung durch die Nutzer. Die EnBW erfüllt dabei die Vorreiterrolle sehr gut. Die zukünftige **Aktualisierung der Inhalte**, ist wichtig für die Wahrnehmung des konstanten Engagements der EnBW.
- Die Besucher des EnBW-Auftrittes erwarten interessante **Informationen zu Energiethemen**.
- Auch **themenbezogene Giveaways** die auf den eigenen SIMs „verbaut“ werden können, stehen weit oben auf der Wunschliste (z.B. Solar- und Windkraftanlagen).

Spielen,
Chatten und
Informieren im
Bereich der
Energiethemen

Umfrageergebnisse Topologie der Wünsche (2)

- mehr Traffic durch Events & Aktionen
- Veranstaltungen und Informationen zu Energiethemen
- Gewinnspiele
- mehr kostenlose Objekte (Freebies)
- weiterhin hochwertige Gestaltung
- Ansprechpartner

Die Wünsche der Nutzer decken sich mit den bevorzugten Tätigkeiten (Chatten, Informieren, Spielen, virtuelle Events, Bauen).

Die Wünsche werden in der Regel sehr konkret, konstruktiv und engagiert geäußert.

Umfrageergebnisse Lob (Auszug)

Ich finde es klasse, dass sich EnBW in SL engagiert. Und würde mir wünschen, dass es EnBW das auch weiterhin macht :)

Ich persönlich bewerte den Auftritt von EnBW in Second Life positiv und kenne Einige, die dies auch so sehen.

Weiter so! :)

Weiter so :) Da können sich andere Firmen ein Beispiel an Ihnen nehmen

Vielen Dank für die Umfrage. Schön das die EnBW sich in SL engagiert. Bitte weiter so, aber möglichst mehr Abwechslung und Aktualität.

Gute Initiative. Bleiben sie an den Zukunftsthemen wie den virtuellen Umgebungen dran.

Habe mich vorher nicht wirklich mit dem Thema Energie beschäftigt, aber durch Sie viel gelernt.

Ihr seid super!

Ihr seid spitze

Sie besitzen eine schöne, detaillierte und professionell gemachte SIM und das Quiz macht großen Spaß.

Das Second Life Engagement der EnBW wird sehr gelobt.

Umfrageergebnisse Kritik

Second Life ist
Zeitverschwendung!

Ich hab keine Ahnung von
eurem Unternehmen, meine
Adresse bekommt ihr nicht.

Der Themenpark ist gut
gemacht, aber bitte nie
wieder diese Rucksäcke ;-)

Über die
gesamte
Umfrage gab es
nur diese drei
negativen
Einträge im
Feld für Kritik.

Umfrageergebnisse Rollenverteilung

- Der „typische SL-Nutzer ist eher älter als 30, eher gut ausgebildet und er verfügt über ein mittleres bis gutes Einkommen. Er/Sie nutzt SL regelmäßig und schon mehr als sechs Monate, überwiegend zum Kommunizieren und zum Informieren.

Die Kommunikation mit Anderen ist den Nutzern am wichtigsten.

- Frauen spielen gerne und gehen gerne shoppen. Sie flirten lieber als die Männer. Der Anteil der Frauen in SL ist relativ hoch.



- Männer besuchen gerne virtuelle Events und sind am Bauen interessiert. Unter den Intensivnutzern findet man überwiegend Männer.

Umfrageergebnisse Geld



- Das virtuelle Geldverdienen (z.B. durch Gewinnspiele) ist vor allem für die Intensivnutzer interessant, die das Geld benötigen, um z.B. ihren Avatar neu auszustatten oder um die sonstigen Kosten der virtuellen Existenz zu decken.
- Je länger SL genutzt wird, desto größer ist das Interesse am Geldverdienen in SL, da mehr und mehr Funktionen genutzt werden.
- Die Teilnehmer am EnBW EnergyQuiz sind daher eher der Gruppe der Intensiv-Nutzer zuzuordnen.

Die L\$ sind vor allem zur Deckung der Kosten für Aktivitäten in SL interessant.

- Die Demographischen Daten zeigen eine für Unternehmen durchaus **interessante Zielgruppe**. (eher > 30 Jahre alt, gut ausgebildet, mittleres bis gutes Einkommen.)
- Die (deutsche) Gesellschaft von Second Life zerfällt in eine Gruppe der **Gelegenheitsnutzer** und eine Gruppe der **Intensivnutzer** mit unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten und Bedürfnissen.
- Gelegenheitsnutzer bevorzugen Chatten, Informieren und Spielen. (**Akquise neuer Nutzer**)
- Die Intensiv-Nutzer sind anspruchsvoll und erfahren. Sie sind in SL vor allem durch Quality-Content zu erreichen. (Chance für den **Aufbau von Communities**)
- Die Interessen der Frauen weichen geringfügig von denen der Männer ab.

Unter den noch aktiven Unternehmensauftritten genießt die EnBW einen sehr hohen Bekanntheitsgrad.

- **Unternehmensauftritte werden aufmerksam und wohlwollend beachtet.** Nahezu alle Anwender konnten sich an Marken erinnern, die sie schon bewusst in SL wahrgenommen haben.
- Der Besuch des SL-Auftritts der EnBW hat bei der Mehrzahl der Befragten einen **verbesserten Eindruck der Marke** hinterlassen. Bei keinem Befragten wurde der Eindruck verschlechtert.
- Die Tatsache allein, dass sich die EnBW ernsthaft mit Second Life auseinandersetzt, hat offensichtlich schon eine positive Ausstrahlung.
- Dies stellt eine große Chance für ein Unternehmen dar, das sein **Markenbild positiv verstärken** möchte, wenn für die Art der angedachten Maßnahme die Größe des in SL erreichbaren Teils der Zielgruppe ausreichend ist.