



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Social Media-Performance Banken: sieben Institute verdoppeln ihre Fanbase auf Instagram



In der Bankenbranche zählt YouTube zu den beliebtesten Plattformen, auf Instagram zeigt sich noch Potenzial. Im Social Media-Vergleich von 100 Banken und Finanzdienstleistern belegen GLS, N26 und Volksbank Mittelhessen auf Instagram vordere Ränge.

Esslingen am Neckar, 23. Februar 2021 – Die ‚Studie Social Media-Performance Banken 2021‘ gibt Einblick in Fans & Follower, Postings & Videos sowie Interaktion der User in den Social Media. Von den 100 untersuchten Banken und Finanzdienstleistern nutzen 92 Prozent YouTube. Bei Facebook und Twitter sind 85 beziehungsweise 81 Prozent präsent. Im Vergleich zeigt Instagram Nachholbedarf: erst 72 Prozent der Institute setzen bisher auf diese aufstrebende Plattform.

Im aktuell untersuchten Zwölf-Monats-Zeitraum hatten die Banken und Finanzdienstleister auf Instagram im Schnitt knapp 5.000 Abonnenten. In dieser Dimension ist die Direktbank N26 führend und setzt mit über 100.000 Abonnenten Maßstäbe. Was hingegen die Anzahl an Beiträgen betrifft, so liegen die Sparkassen in Frankfurt, München und Wiesbaden vorn. Auf sie kommen jeweils grob 400 bis 500 Posts. Damit übertreffen sie den Durchschnittswert um ein Mehrfaches. Ob mit den Beiträgen der Nerv der User getroffen wurde, zeigt unter anderem das Ausmaß an Interaktionen. Hier generieren die GLS und die Volksbank Mittelhessen auf Instagram die höchste Anzahl an Reaktionen, Kommentaren & Shares und liegen weit über den durchschnittlichen rund 11.000 Interaktionen.

Neben der inhaltlichen Analyse der Kommentare bietet sich die Entwicklung der Followerzahl als Erfolgsmesser. So konnten sieben der 100 analysierten Banken und Finanzdienstleister ihre Abonnentenzahl auf Instagram innerhalb von zwölf Monaten mehr als verdoppeln. Dazu zählen comdirect, MasterCard, UmweltBank sowie je eine Sparkasse und Volksbank.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Banken 2021‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performance von 100 Banken und anderen Finanzdienstleistern auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen der User in den Social Media-Accounts. Ein Social Media-Ranking führt die Bewertungen der Performances auf den vier Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich bei den zeitraumbezogenen Ergebnissen vom 18. Januar 2020 bis 17. Januar 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-banken-2021>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen stellt als Anbieter für Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie versteht sich zudem als Berater in Social Media Angelegenheiten, verfügt über einen Marktforschungsfachbereich und bietet Agenturleistungen an.

www.vico-research.com

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net