



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Facebook bei Brauereien mit Abstand beliebteste Plattform



Kaum eine Brauerei kommt an Facebook vorbei. Ein Großteil postet dort regelmäßig. Auf YouTube liegt die Abonnentenzahl im Plattformvergleich am niedrigsten.

Esslingen am Neckar, 29. April 2021 – Die ‚Studie Social Media-Performance Brauereien 2021‘ gibt Einblick in Fans & Follower, Postings & Videos sowie Interaktion der Konsumenten in den Social Media. Fast alle Brauereien nutzen die Plattform Facebook. Daneben ist Instagram beliebt. Gut vier von fünf Brauhäuser setzen auf diese aufstrebende Plattform. Auf den beiden weiteren Plattformen ist der Nutzungsgrad deutlich geringer. 70 Brauereien nutzen YouTube und über einen offiziellen Twitteraccount verfügen 37 Brauhäuser.

Auf Facebook ist die große Anzahl unterschiedlicher Brauereien auffallend, die sich mit Spitzenperformances abheben und damit als Benchmark fungieren. Geht es rein nach der Fanzahl, dann ist Heineken klarer Spitzenreiter. Die meisten Fans hat innerhalb eines Jahres Carlsberg Deutschland hinzugewonnen. Im Durchschnitt posteten die Brauereien innerhalb von zwölf Monaten 113 Beiträge auf Facebook. Die Privatbrauerei Gaffel legt hier vor mit einem Spitzenwert von über 400 Posts. Bei der Interaktionszahl liegt Bitburger klar vorn mit mehr als 360.000 Kommentaren, Reaktionen oder Shares. Und Paulaner erhielt die meisten Likes für einen Beitrag.

Was die Abonnentenzahl betrifft, so gibt es bei den vier Plattformen deutliche Unterschiede. Bei Facebook erreicht knapp zwei Drittel der Brauereien fünf- oder sechstellige Fanzahlen, der Durchschnittswert liegt hier bei rund 330.000 Fans. Bei Instagram und Twitter bewegen sich die Zahlen häufiger im drei- oder vierstelligen Bereich bei durchschnittlich gut 8.400 beziehungsweise 1.300 Abonnenten und Followern. Auf YouTube liegt die Abonnentenzahl nochmals deutlich niedriger. Von wenigen Ausnahmen abgesehen rangieren sie im zwei- oder dreistelligen Bereich. Im Durchschnitt verfügen die YouTube-Kanäle der Brauhäuser über knapp 400 Abonnenten. Damit ist die durchschnittliche Reichweite eines Facebook-Posts 825-mal so hoch wie die eines YouTube-Videos.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Brauereien 2021‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performance von 100 Brauereien auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 128 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen der Konsumenten 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 10. Februar 2020 bis zum 09. Februar 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-brauereien-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