



Pressemitteilung

Auf Social Media aktive Brauereien veröffentlichen durchschnittlich 230 Beiträge pro Jahr



100 Brauereien veröffentlichen innerhalb von zwölf Monaten durchschnittlich 230 Beiträge auf den sechs Social Media Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Facebook und Instagram führen mit einem Nutzungsgrad von 100 und 98 Prozent die Beliebtheitskala an, während zumindest ein Drittel der Brauereien auf TikTok vertreten sind.

Esslingen am Neckar, 30. Oktober 2024 – Die aktuelle Social-Media-Studie analysiert die Performance von 100 Brauereien auf den sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Die Nutzung der Plattformen fällt im Vergleich mit anderen Branchen durchschnittlich aus, wobei klare Schwerpunkte gesetzt werden. Die am häufigsten genutzten Plattformen Facebook und Instagram verzeichnen Nutzungsraten von 100 und 98 Prozent, während YouTube mit 82 Prozent ebenfalls sehr beliebt ist und auf X noch etwa die Hälfte vertreten sind. Im Vergleich zur Vorgängerstudie 2021 hat sich die Präsenz der Brauereien überall erhöht. Die zusätzlich erfassten Plattformen LinkedIn und TikTok bieten bei Nutzungsraten von 50 und 33 Prozent noch deutlich Potenzial.

Im Einzelranking der Plattform Facebook belegt Heineken mit 23 Millionen Followern den ersten Platz. Auf dem zweiten Platz folgt Guinness, das ebenfalls über eine Millionen Follower aufweist und sich innerhalb der Top 10 am stärksten verbessern konnte. Der drittplatzierte König Ludwig führt das Teilranking der Interaktionen an, welches sich aus Comments, Likes und Shares zusammensetzt. Innerhalb der Top 10 findet sich auch Sternburg mit den meisten Posts von 357 in einem Jahr.

Auf Instagram zeigt die Marke VELTINS mit mehr als einer Mio. Interaktionen pro Jahr die beste Performance und ist dadurch auch in den Teilrankings der Beiträge nach Likes und Kommentaren führend. Andere Stärken demonstrieren Astra mit 104.000 Abonnenten und Giesinger, der in einem Jahr 304 Beiträge veröffentlicht hat. Brinkhoff verzeichnet die höchste Interaktionsrate, welche sich aus den Interaktionen pro Beitrag und Follower ergibt.

16 der 100 Brauereien sind auf allen sechs Social Media-Plattformen präsent. Unter den Top 10-Anbietern des Gesamtrankings sind es lediglich sechs. Zwei weitere haben fünf Accounts und verzichten auf TikTok. Bemerkenswert ist, dass ausgerechnet die beiden Führenden im Social Media-Ranking bislang auf eine Präsenz auf TikTok verzichten.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media Performance Brauereien 2024‘ von *research tools* untersucht Präsenz und Aktivität von 100 Brauereien auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Sie gibt auf 179 Seiten Einblick in Abonnenten/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen in den Social Media-Accounts. Ein Gesamtranking führt die Bewertungen der Performances auf den sechs Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-brauereien-2024/>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

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