



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Social Media-Performance Mineralwasser: regionale Quellen halten in einigen Kennzahlen mit den großen Marken mit



In der Mineralwasserbranche steht Facebook hoch im Kurs, 85 Prozent der Marken verfügen über einen offiziellen Account auf dieser Plattform. Bei der Interaktionszahl hingegen liegt Instagram vorn. In den Performance-Einzelrankings der vier analysierten Plattformen platzieren sich regionale Quellen neben großen, international agierenden Marken.

Esslingen am Neckar, 06. Dezember 2022 – Unter 100 untersuchten Mineralwassermarken führt die Plattform Facebook mit einem Nutzungsgrad von 85 Prozent klar die Beliebtheitsskala der Social Media-Plattformen an. Gut zwei von drei Marken sind mit einem offiziellen Account auf Instagram vertreten, auf YouTube sind es nur etwas mehr als die Hälfte. Im Plattformvergleich zeigt Twitter Nachholbedarf: lediglich 22 Prozent der Anbieter setzen bisher auf diese Plattform.

Social Media lebt vom Spirit. So sind auch Kommentare, Reaktionen oder Shares eine Art der Erfolgsmessung, ob beziehungsweise wie sehr ein Beitrag den Nerv der User trifft. Rund 9.500 solcher Interaktionen zählen die Marken im Schnitt pro Jahr auf ihrem jeweiligen Instagram-Kanal. Bei Facebook beträgt die Interaktionszahl rund 6.800 und liegt damit um ganze 28 Prozent niedriger, Twitter und YouTube sind in dieser Disziplin deutlich abgeschlagen. Instagram ist somit die interaktivste Plattform in der Branche.

An der Spitze der einzelnen Performance-Rankings stehen vielfach große, international agierende Marken wie Evian oder San Pellegrino. Daneben finden sich regionale Quellen, die ihre Abonnenten, Fans und Follower mit einem überdurchschnittlichen Engagement erfreuen. So postet beispielsweise die Bad Driburger Naturparkquellen innerhalb eines Jahres die höchste Anzahl an Beiträgen auf Facebook. Förstina Sprudel generiert auf Instagram eine hohe Anzahl an Kommentaren, Reaktionen, Shares und platziert sich damit auf Rang vier nach Interaktionszahl. Die Haaner Felsenquelle schafft auf Twitter Aufmerksamkeit mit zahlreichen Beiträgen – Rang drei nach Anzahl Tweets geht damit an die Quelle aus dem Bergischen Land. Auf YouTube zählt SilberBrunnen zu den Top 10 nach Abonnentenzahl. Im Gesamtranking Social Media zählen neben den bereits genannten internationalen Marken die Anbieter Staatl. Fachingen, Teinacher und Vilsa zu den Top 10.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022‘ von research tools untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 100 Mineralwassermarken auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie

gibt auf 127 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen 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 22. August 2021 – 21. August 2022.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-mineralwasser-2022>

Die 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

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen bietet die Datenbasis für diese Studie. VICO unterstützt Unternehmen, Daten aus dem Web zu nutzen, um Marken und Produkte voranzutreiben. VICO ist spezialisiert auf Social Media- und Produkt-Monitoring-Lösungen, Analyse-Dienstleistungen und Social Media-Marketing.

www.vico-consulting.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