



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Uhrenmarken fast lückenlos auf Instagram präsent



In der Uhrenbranche sind Social Media-Plattformen ein bedeutendes Marketing- und Kommunikationsmittel. Vor allem auf Instagram zeigt sich eine gewaltige Anzahl an Interaktionen.

Esslingen am Neckar, 24. August 2021 – Soziale Medien sind in der Uhrenbranche von hoher Bedeutung. Von 100 analysierten Uhrenmarken sind knapp zwei Drittel auf allen vier der analysierten Plattformen mit einem offiziellen, meist internationalen Account vertreten. Twitter zeigt dabei noch etwas Potenzial, denn lediglich gut zwei Drittel nutzen diese Plattform. Bei Facebook, Instagram und YouTube hingegen liegt der Nutzungsgrad bei 87 Prozent und höher. Dies sind Ergebnisse der ‚Studie Social Media-Performance Uhren 2021‘. Im finalen Social Media-Ranking fließen in der Studie zahlreiche Einzelbewertungen zusammen wie beispielsweise die Anzahl an Followern, Beiträgen, Interaktionen. Schweizer Uhrenmarken sind unter den Top-Performern stark vertreten: die Hälfte der Top 10-Marken haben ihren Sitz in der Schweiz, darunter die Marken IWC Schaffhausen, Rolex, Tag Heuer.

Was die absolute Anzahl an Fans und Followern betrifft ist Rolex unbestritten die Nummer eins. Auf allen vier analysierten Plattformen hebt sich die Luxusmarke in dieser Dimension deutlich von den anderen Uhrenmarken ab. Beim Abonnentenwachstum hingegen liegt Tissot vorn. Die Swatch-Tochter hat auf Facebook innerhalb eines Jahres die höchste Anzahl an Abonnenten hinzugewonnen.

Auf Instagram posten die Uhrenmarken innerhalb eines Jahres im Schnitt 249 Beiträge. Überaus kommunikativ zeigen sich hier die Marken Ice-Watch, Kapten & Son sowie Sinn, alle drei mit jeweils über 1.000 Postings. Was die Interaktionszahl auf Instagram betrifft, so ist diese mit durchschnittlich 1,3 Millionen Reaktionen, Kommentaren und Shares pro Marke und Jahr in der Branche beachtlich. Hier heben sich die Marken Bulgari, Hublot und Rolex ab mit der höchsten Interaktionszahl. In der Summe verbuchen die drei über 51 Millionen Aktionen.

An diese Dimensionen können Twitter und YouTube nicht heranreichen. Follower und Abonnenten äußern sich auf diesen beiden Plattformen deutlich seltener. Auf Twitter liegt die durchschnittliche Interaktionszahl bei knapp 13.900, auf YouTube summieren sich die Interaktionen auf rund 3.400 pro Marke. Beide Plattformen verzeichnen damit wesentlich weniger Interaktionen als Instagram.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Uhren 2021‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 100 Uhrenmarken auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 128 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen der Konsumentinnen und 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 16. Juni 2020 bis 15. Juni 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-uhren-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 bietet mittels Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie berät zudem 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