research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reifenmarken in Social Media: Michelin, Nitto und Pirelli auf allen vier Plattformen unter den Top 10

Von 100 analysierten Reifenmarken sind 92 auf Facebook vertreten. Auf Instagram, Twitter und YouTube liegt die Nutzungsrate jeweils unter 70 Prozent. Michelin, Nitto Tire und Pirelli platzieren sich in allen vier Plattform-Einzelrankings unter den zehn Top-Performern.

Esslingen am Neckar, 07. Oktober 2022 – Die Reifenbranche kann sich in den Social Media an zahlreichen Abonnenten, Fans und Followern erfreuen. Mehr als 39 Millionen Abonnements wurden für die ‚Study Social Media Performance Tyres 2022' auf den vier Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube zur Branche ermittelt. Mit einem Nutzungsgrad von 92 Prozent führt die Plattform Facebook klar die Beliebtheitsskala unter 100 analysierten Reifenmarken an. Auf Instagram, Twitter und YouTube sind jeweils rund zwei Drittel der Anbieter mit einem offiziellen Account vertreten.

Facebook ist nicht nur unter den Reifenmarken überaus beliebt, sondern auch bei den Usern. Im Mittel verzeichnen die Reifenmarken auf dieser Plattform rund 24.000 Fans. Zum Vergleich: Instagram liegt bezüglich Abonnentenzahl im mittleren vierstelligen Bereich, Twitter und YouTube haben jeweils eine dreistellige Anzahl an Followern und Abonnenten. Auf Facebook verbucht Nitto Tire die höchste Anzahl an Fans, Maxxis zeigt sich am aktivsten bei der Anzahl an Posts. Bei der Interaktionszahl setzt Hankook Maßstäbe. Mit über drei Millionen Reaktionen, Kommentaren und Shares trifft die südkoreanische Marke anscheinend den Nerv ihrer Fans. Neun der zehn Posts mit den meisten Likes stammen ebenfalls von Hankook.

Alle zehn im Gesamtranking führenden Reifenmarken sind auf den vier analysierten Plattformen mit einem Account vertreten. Von dieser Riege der Top-Performer heben sich Michelin, Nitto Tire und Pirelli ab. Die drei Hersteller platzieren sich zudem in allen vier Plattform-Einzelrankings unter den zehn Best-Performern.

Über die Studie:
Die ‚Study Social Media Performance Tyres 2022' von research tools untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 100 Reifenmarken 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 02. Juni 2021 - 01. Juni 2022.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/study-social-media-performance-tyres-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 mittels Social Media- und Review/ Places-Monitoring 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