

+++ Active O2 +++ alwa Mineralbrunnen +++ Aqua Römer +++ Evian +++ Gerolsteiner +++ Lichtenauer +++
+++ Staatl. Fachingen +++ VILSA +++ Vöslauer +++ Volvic +++ und weitere 90 Anbieter von Mineralwasser +++

Studiensteckbrief

Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar
VICO Research & Consulting GmbH, Leinfelden-Echterdingen

November 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Social Media-
Performance Mineralwasser 2022

VICO

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Unter den vier analysierten Social Media-Plattformen zählen Facebook und Instagram zu den beliebtesten. Plattformübergreifend beträgt der Nutzungsgrad bei den vier Plattformen 58 Prozent.
- Sieben Unternehmen heben sich in Facebook ab mit jeweils mehr als 100.000 Fans. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 69 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 220.000. Zwei Anbieter haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 40 Prozent gesteigert.
- Weniger als ein Viertel der 100 analysierten Anbieter von Mineralwasser betreibt einen offiziellen Account auf Twitter. Fünf Anbieter verzeichnen jeweils mehr als 100 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Die Marke an der Spitze der Instagram-Performance zeichnet sich durch eine hohe Anzahl an Abonnenten sowie zahlreiche Posts aus. Im Schnitt generierten die Unternehmen auf dieser Plattform innerhalb eines Jahres rund 9.500 Interaktionen. Einige Posts erzeugten mehr als 1.000 Kommentare.
- Sieben der zehn im Gesamtranking führenden Unternehmen sind auf allen vier Plattformen aktiv.

Informationen zur Studie

Key Facts der Social Media-Plattformen:

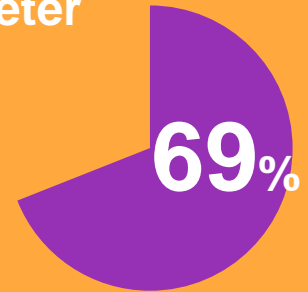
Facebook



7 Anbieter mit
>100.000 Fans



auf *Instagram*
aktive Anbieter



**100 Anbieter
von Mineralwasser
in Social Media**

meiste Postings
auf *Twitter*

@SanPellegrino



Ø 5,6



Videos auf *YouTube*

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **100 Anbieter von Mineralwasser**

auf den Social Media-Plattformen
Facebook, Instagram, Twitter, YouTube

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 127 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

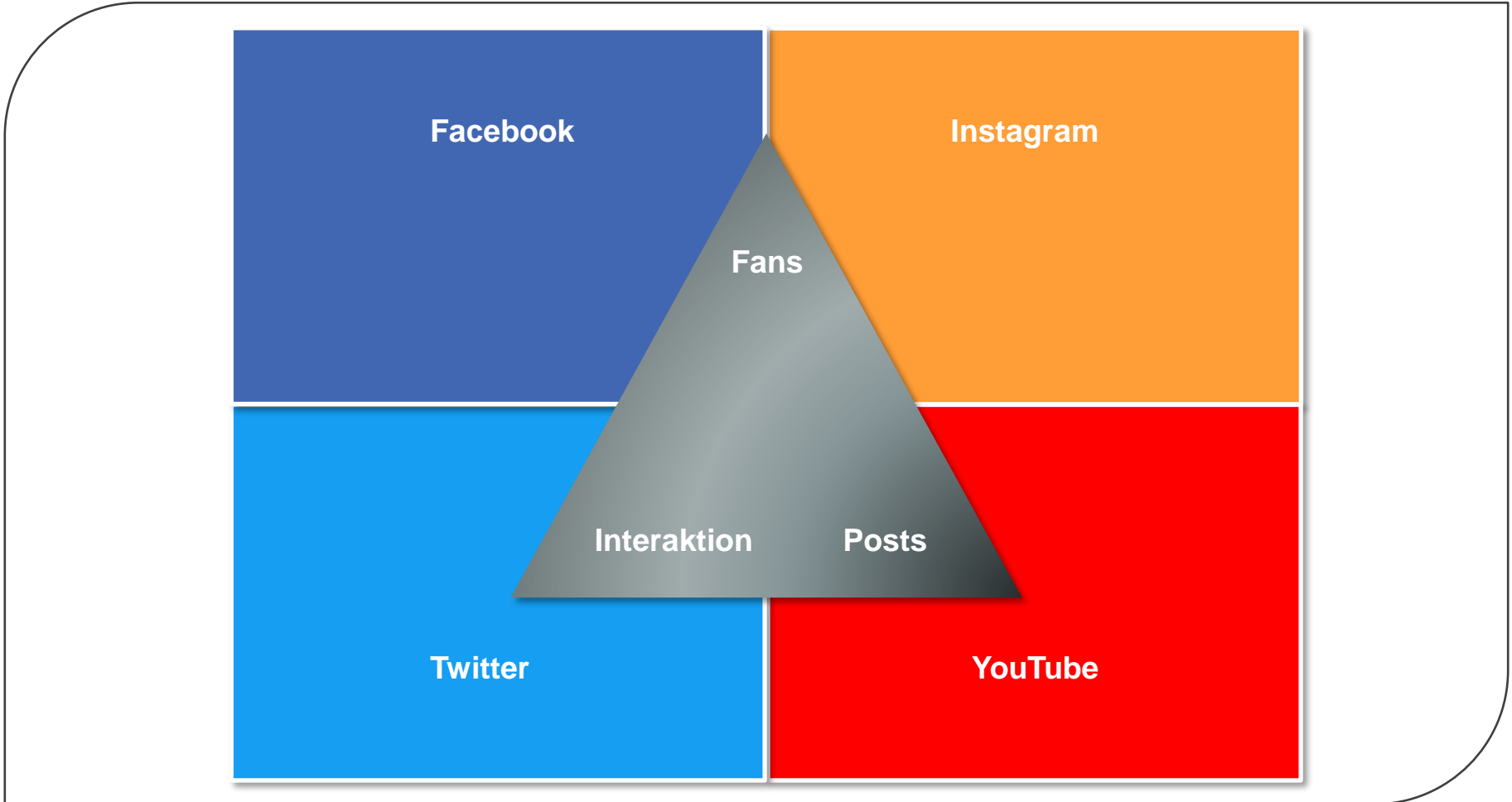
Nutzen: Benchmarks zur Social Media-Performance
auf Anbieter- und Postingebe

100 analysierte Anbieter von Mineralwasser:

- ...
- Krumbach
- LABERTALER
- Landpark Bio-Quelle
- Lichtenauer
- Lieler Schlossbrunnen
- Mainhardter
Römerquelle
- Markgrafen Quelle
- Mineralbrunnen
Bad Liebenzell
- Mineralquellen
Adelboden
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Unternehmen ihre Schwerpunkte, wo haben sie Schwächen?
- welche Marken zählen in den Social Media zu den Großen der Branche?
- welche Anbieter verzeichnen das stärkste Follower-Wachstum?
- welches sind die erfolgreichsten Posts und Videos?
- welche Marken zeichnen sich aus durch besonders viele beliebte Posts und Videos?
- welche Positionierung nehmen die 100 Unternehmen im Wettbewerbsvergleich ein?

Forschungsdesign:

VICO als Social Media Monitoring-Anbieter stellt die Zahlenbasis für diese Studie, research tools berechnet die Social Media-Performance und stellt die Ergebnisse zusammen. Für 100 Anbieter von Mineralwasser wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 22. August 2021 - 21. August 2022 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im November 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 127 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	12
➤ Facebook-Performance	24
Top 30 Anzahl Fans, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 10 und Low 10, Top 85 Facebook-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Instagram-Performance	47
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 69 Instagram-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Twitter-Performance	70
Top 22 Anzahl Follower, Top 22 Anzahl Tweets, Top 22 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 8 und Low 8, Top 22 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets	

Inhaltsverzeichnis

➤ YouTube-Performance	91
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 54 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos	
➤ Social Media-Performance	112
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen	
➤ Social Media-Positionierung	121
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	126

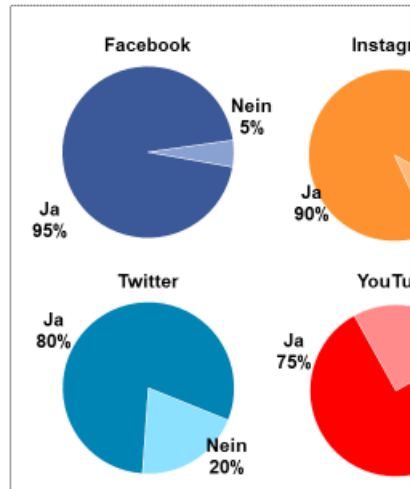


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Präsenz auf Social Media-Plattformen

Nutzungsgrad* der Social Media-Plattformen



* Anteil der Anbieter mit einem offiziellen Account auf der jeweiligen



Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?

Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Follower	
		Anzahl	Index
16	Glashäger	71.198	3
17	Fonte Plose	5.208	
18	Brohler	39.949	2
19	Krumbach	2.260	
20	Spreequell	1.387	
21	Volvic	71.198	3
21	SodaStream	5.208	
23	Lichtenauer	39.949	2
24	Gasteiner	2.260	
25	Carolinen	1.387	
26	Bad Harzburger	71.198	3
27	Culligan Deutschland	5.208	
28	Bad Liebenwerda Mineral.	39.949	2
29	Adelbodner	2.260	
30	Bad Meinberger	1.387	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieters zu der Kennzahl des Anbieters in der Spalte eins ergibt sich aus Index \sum



Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	LABERTALER	25. Jul. 2022	„Anzeige ?? was trinkt ihr eigentlich so am Tage? Es muss ja nicht immer nur Wasser sein, manchmal braucht es auch ...“	0,29	Link
7	Christinen	07. Mär. 2022	„Putzen macht durstig. Like diesen Beitrag und schreibe uns in die Kommentare, welches Christinen Getränk du nach ...“	0,29	Link
8	Fürst Bismarck	08. Jul. 2022	„Die Hamburg European Open sind ebenso ein Klassiker wie das Mineralwasser der Fürst Bismarck ...“	0,29	Link
9	FRANKEN BRUNNEN	11. Okt. 2021	„Macht mit und seid LIVE IM STADION dabei! ?? Gewinnt 3x2 VIP Tickets für 1. FC Nürnberg vs. FC Heidenheim! ...“	0,29	Link
10	Hella	24. Sep. 2021	„hella Sirup MISCHEN & GEWINNEN! Wir verlosen unsere vier neuen hella Sirupe plus einen Drinkmate Wassersprudler ...“	0,29	Link



Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022

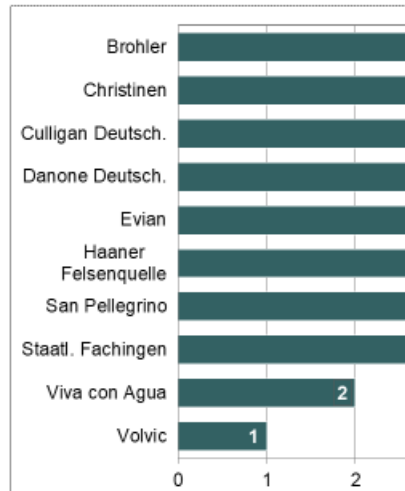


Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Twitter-Performance

Anzahl der Interaktionen pro Tweet und 1.000 Follower (Top 10)



Berechnung: Interaktionen / (Fans*Posts) * 1000, und mehr als 10 T



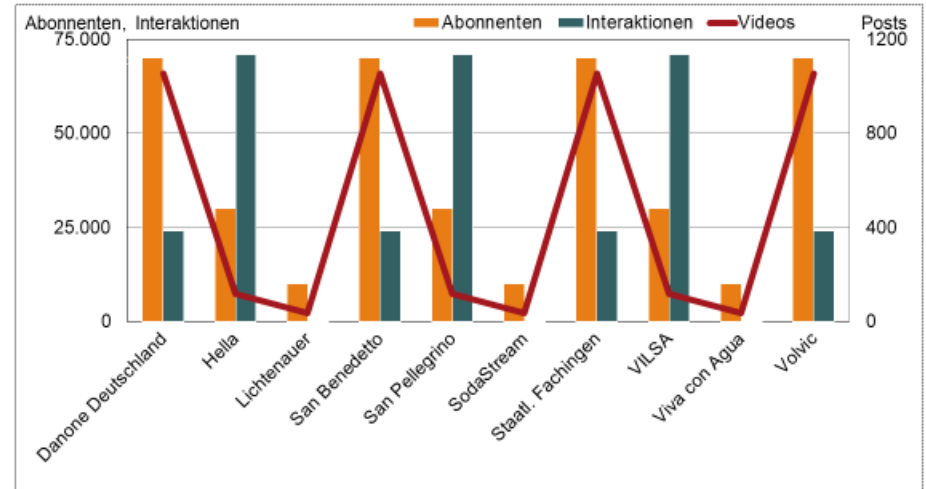
YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 30)

Rang	Anbieter	Anzahl
1	Freunde der Erfrischung	138.000
2	Ensinger	128.200
3	Obernauer Löwen-Sprudel	25.000
4	Glashäger	15.500
5	Förstina Sprudel	14.900
6	Waterlogic	14.900
7	Emsland Quelle	12.000
8	Active O2	10.000
9	Adelbodner	10.000
10	Adelholzener Alpenquellen	10.000
11	Ahrtal Quelle	1.800
12	alwa Mineralbrunnen	1.800
13	Aqua free	1.700
14	Aqua Römer	1.700
15	Bad Brambacher Mineralq.	1.700

YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten, Posts, Interaktionen der Top 10 Anbieter bei YouTube



Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022



Welche Marken sind bei YouTube erfolgreich?

Welcher Anbieter hat die beliebtesten Tweets?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Social Media-Positionierung

Positionierung der Anbieter*

* grün: Top 10-Anbieter im Gesamtranking

Welche Anbieter überzeugen mit einer breiten Performance?

Social Media-Performance

Ranking Social Media insgesamt* und nach Plattform (Ränge, Index)

Rang	Anbieter	Facebook	
		Rang	Ind
16	Hochwald Sprudel	15	3
17	Kanal von WassermitStern	29	3
18	Sachsen Quelle	13	4
19	Salvus	15	3
20	Gasteiner	29	3
21	Brohler	13	4
22	St. Leonhards Quellen	15	3
23	Naturpark Quelle	29	3
24	Waterlogic	13	4
25	Hassia	15	3
26	SlushyboyGelamondo	29	3
27	Vittel	13	4
28	Aqua Römer	15	3
28	Bad Brückenaauer Mineralb.	29	3
28	Albodner	13	4

* Gesamt... durchschnittlicher Index

Social Media-Performance

Verteilung der Indexpunkte der Top 10 Gesamtranking auf Plattformen und Kennzahlen

Welche Marken sind auf den vier Plattformen die Benchmarks?

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



Bettina Schneiderhan

Sales Consultant

Tel. +49 (0)711 78 78 29 701

bettina.schneiderhan@vico-consulting.com

VICO Research & Consulting GmbH

Friedrich-List-Straße 46

70771 Leinfelden-Echterdingen

VICO ist bei seiner Gründung im Jahr 2005 das vierte Social Media Monitoring-Unternehmen weltweit.

Ebenfalls seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.



Uwe Matzner

Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 – 55090381

uwe.matzner@research-tools.net

research tools, www.research-tools.net

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Weitere Studien zur Branche alkoholfreie Getränke:

- Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2022
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021
- Studie eVisibility Fruchtsäfte 2021
- Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2020
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2019
- Studie eVisibility Fruchtsäfte 2019

