

+++ Ahoj-Brause +++ duplo +++ Katjes +++ Lebkuchen-Schmidt +++ Lindt +++ M&M's +++ Milka +++ Mon Chéri +++ Raffaello +++ Ritter Sport +++ Trolli +++ Wrigley's Extra +++ Zetti +++ u. weit. 87 Süßwarenmarken



Studiensteckbrief

Studie Social Media-Performance Süßwaren 2021

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

Oktober 2021

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 61 Prozent.
- Zwei Unternehmen heben sich in Facebook mit mehr als zehn Millionen Fans ab. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr über 80 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 34.000. Eine Marke hat ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 50% gesteigert.
- Lediglich 15 der 100 analysierten Süßwarenmarken betreiben einen offiziellen Account auf Twitter. Vier Marken verzeichneten jeweils mehr als 100 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Eine Marke liegt mit deutlichem Vorsprung an der Spitze der Instagram-Performance. Sie zeichnet sich aus durch eine sehr hohe Anzahl an Interaktionen durch Reaktionen, Kommentaren oder Shares. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den analysierten Süßwarenmarken über 70 Beiträge gepostet. Mehrere Posts erzeugten mehr als 10.000 Likes.
- Vier der zehn im Gesamtranking führenden Süßwarenmarken sind auf allen vier Plattformen aktiv.

Informationen zur Studie

Key Facts der Social Media-Plattformen:

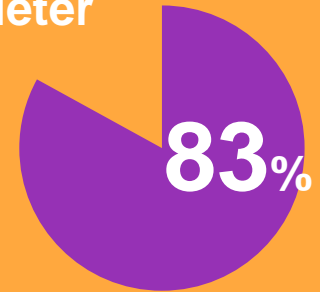
Facebook



2 Anbieter mit
>10 Mio. Fans



auf *Instagram*
aktive Anbieter



100

**Süßwarenmarken
in Social Media**

meiste Postings
auf *Twitter*



@RITTER_SPORT_DE



Ø 6,2



Videos auf *YouTube*

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **100 Süßwarenmarken**

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

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 128 PowerPoint-Seiten

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

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

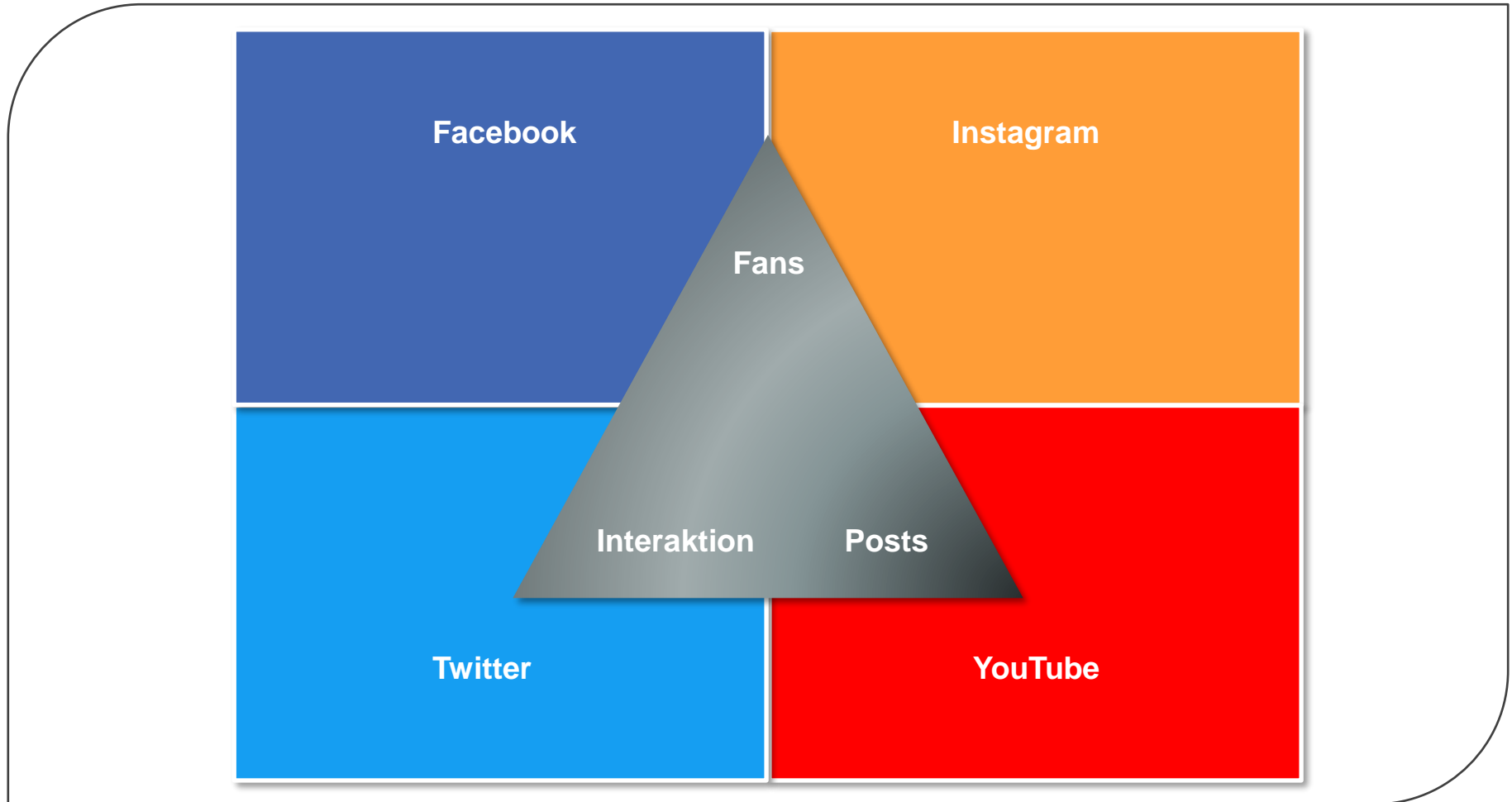
Nutzen: Benchmarks zur Social Media-Performance auf
Anbieter- und Postingebe

100 analysierte Süßwarenmarken:

- Ahoi-Brause
- Airwaves
- Berggold
- Bremer Bonbon Manuf.
- Casali
- Cavendish & Harvey
- Chocolaterie Amelie
- Chupa Chups
- Confiserie Bosch
- Confiserie Heidel
- Confiserie Imping
- Confiserie Paulsen
- Confiserie Rabbel
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche Süßwarenmarken sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Anbieter 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 Anbieter zeichnen sich durch besonders viele beliebte Posts und Videos aus?
- welche Positionierung nehmen die 100 Süßwarenmarken 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 Süßwarenmarken wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 12. Juli 2020 bis 11. Juli 2021 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Oktober 2021 erschienen.

Preis der Studie: Die 128 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	13
➤ Facebook-Performance	25
Top 30 Anzahl Fans, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 10 und Low 10, Top 99 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	48
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 83 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	71
Top 15 Anzahl Follower, Top 15 Anzahl Tweets, Top 15 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 8 und Low 8, Top 15 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets	

Inhaltsverzeichnis

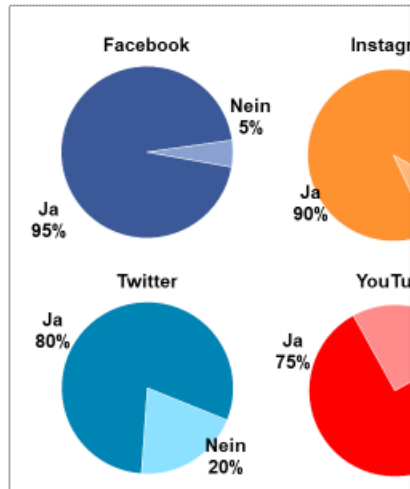
➤ YouTube-Performance	92
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 47 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos	
➤ Social Media-Performance	113
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen	
➤ Social Media-Positionierung	122
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	127

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	Yogurette	71.198	3
17	Überraschungs-Ei	5.208	
18	Ferrero Rocher	39.949	2
19	Raffaello	2.260	
20	duplo	1.387	
21	Läderach	71.198	3
21	Lambertz	5.208	
23	Sächsische Schokoladen.	39.949	2
24	Lauenstein	2.260	
25	Manner	1.387	
26	Halloren	71.198	3
27	HACHEZ	5.208	
28	hanuta	39.949	2
29	Schogetten	2.260	
30	Rausch	1.387	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieter Spalte eins ergibt sich aus Index Σ



Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	hitschies	27. Jul. 2020	„WIN WIN WIN! Gemeinsam mit @sallyswelt haben wir ein tolles Gewinnspiel für euch kreiert. ?? ...“	0,29	Link
7	hitschies	07. Dez. 2020	„Werbung/ 🍪 ?? 7. Türchen ?? 🍪 Wohin bloß mit eurer Ausbeute, wenn ihr in zwei Wochen von unserem ...“	0,29	Link
8	hitschies	05. Dez. 2020	„Werbung/ 🍪 ?? 5. Türchen ?? 🍪 Wir haben soeben das 5. Türchen für euch geöffnet ?? Dahinter verbirgt sich das ...“	0,29	Link
9	hitschies	23. Dez. 2020	„Werbung/ 🍪 ?? 23. Türchen ?? 🍪 Beim vorletzten Türchen wird es gleich 4 Gewinner geben ?? Neben einem ...“	0,29	Link
10	the nu company	23. Okt. 2020	„food for a nu world. ?????SOUND ON! Wie sieht die Zukunft der Lebensmittelindustrie aus? ...“	0,29	Link



Studie Social Media-Performance Süßwaren 2021

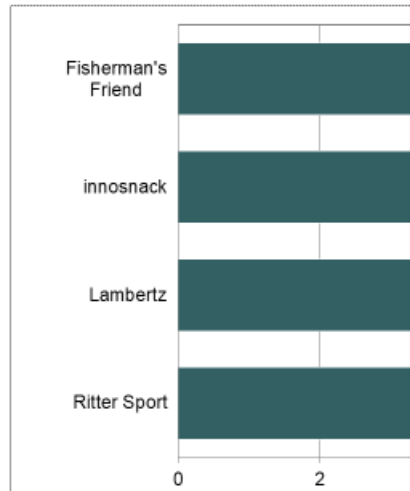


Analysebeispiele (2)

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)

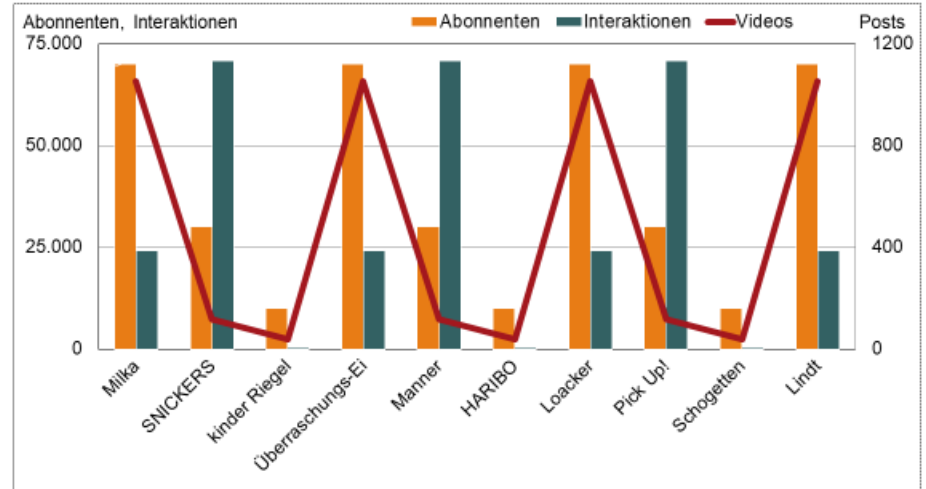
Rang	Anbieter	Anzahl
1	Milka	38.000
2	Überraschung-Ei	28.200
3	kinder Riegel	25.000
4	HARIBO	15.500
5	OREO	14.900
6	Pick Up!	14.900
7	Ritter Sport	12.000
8	Manner	10.000
9	duplo	10.000
10	SNICKERS	10.000
11	Lindt	1.800
12	Dextro Energy	1.800
13	MIKADO	1.700
14	Ahoj-Brause	1.700
15	Katjes	1.700



Welche Marken sind bei YouTube erfolgreich?

YouTube-Performance

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



Studie Social Media-Performance Süßwaren 2021



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

Social Media-Performance

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

Rang	Anbieter	Facebook	
		Rang	Ind
16	Fisherman's Friend	15	3
17	Pick Up!	29	3
18	Toffifee	13	4
19	Dextro Energy	15	3
20	merci	29	3
21	Niederegger	13	4
22	Mon Chéri	15	3
23	Schogetten	29	3
24	Lauenstein	13	4
25	Rausch	15	3
26	frankonia	29	3
27	Knoppers	13	4
28	Raffaello	15	3
28	duplo	29	3
28	FERVOLL	13	4

* Gesamt... durchschnittlicher Index

Welche Anbieter überzeugen mit einer breiten Performance?

Social Media-Performance

Verteilung der Indexpunkte der Top 10 Gesamtranking auf Plattformen und Kennzahlen

Welche Marken sind auf den vier Plattformen die Benchmarks?

Studie Social Media-Performance Süßwaren 2021

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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Social Media-Performance Süßwaren 2021.

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 Marketingstudien. Mit der Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ ergänzt research tools 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 Süßwarenbranche:

- Studie eVisibility Schokolade 2021
- Werbemarktanalyse Süßwaren 2021
- Studie eVisibility Süßwaren 2021
- Werbemarktanal. Süße Brotaufstriche '20
- Studie eVisibility Back- und Konditoreiwaren 2019
- Studie eVisibility Schokolade 2019

