

Dschungelcamp: So profitieren die Teilnehmer in den sozialen Medien

- **VICO Research & Consulting analysiert Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Facebook und Instagram**
- **Matthias Mangiapane verzeichnete das anteilig höchste Wachstum aller Kandidaten, Daniele Negroni verlor sogar Fans auf Facebook**
- **In absoluten Zahlen legte Jenny Frankhauser auf Facebook und David Friedrich auf Instagram am meisten zu**

Leinfelden-Echterdingen, 26. Januar 2017. Einige Kandidaten des Dschungelcamps wollen ihre Teilnahmen dazu nutzen, um auch nach der Sendung mediale Aufmerksamkeit zu genießen. Dafür ist eine Präsenz in den sozialen Medien unerlässlich. Deshalb hat Deutschlands führendes Unternehmen für Social Media-Monitoring und -Analysen, VICO Research & Consulting (www.vico-research.com), analysiert, welche Teilnehmer während der ersten Woche das höchste Fanwachstum auf Facebook und Instagram verzeichnen konnten. Das Ergebnis: Matthias Mangiapane konnte anteilig am meisten Follower in den sozialen Medien gewinnen.

Bislang musste Matthias Mangiapane die meisten Dschungelprüfungen aller Kandidaten absolvieren. Die dadurch gewonnene Sendezeit wusste er zu nutzen und davon profitieren auch seine Kanäle in den sozialen Medien. Bisher verzeichnete er auf Facebook und Instagram die höchsten Fan-Wachstumsraten aller Dschungelcamp-Teilnehmer. Auf Facebook konnte er seine Fangemeinde anteilig um mehr als 33 Prozent erweitern, auf Instagram sogar um fast 65 Prozent.

Ansgar Brinkmann: Ehemaliger Fußballer ist bei den Fans beliebt

Ebenfalls viele neue Fans gewann zudem der ehemalige Fußballprofi Ansgar Brinkmann. Er erreichte auf Instagram mit einem Fan-Zuwachs von mehr als 43 Prozent das zweithöchste Wachstum aller Kandidaten, auf Facebook verzeichnete er mit etwa 14 Prozent das dritthöchste Fanwachstum. Hier generierte neben Matthias Mangiapane auch die Ex-Bachelorkandidatin Kattia Vides anteilig mehr Follower mit einer Zuwachsrate von knapp 20 Prozent.

Zwar erreichte Tina York auf Instagram sogar ein Wachstum von 100 Prozent, das liegt aber daran, dass ihr Manager ihren offiziellen Account erst während ihrer Teilnahme erstellte. Seitdem brachte er fast 300 Leute dazu, auf den Folgen-Button zu klicken.

Absolute Zahlen: In dieser Statistik liegen Jenny Frankhauser und David Friedrich vorn

In absoluten Zahlen profitierte Daniela Katzenbergers Halbschwester Jenny Frankhauser auf Facebook mit einem Zuwachs von fast 6.000 neuen Fans am meisten. Da sie aber zuvor bereits über eine Fanbase von mehr als 125.000 Followern verfügte, macht das nur ein Wachstum von knapp 4,6 Prozent aus. Ähnliche Aussagen lassen sich auch zum Fanwachstum von David Friedrich treffen, der auf Instagram mit über 16.000 neuen Fans die meisten Menschen für sich begeistern konnte, relativ betrachtet mit einer Wachstumsrate von knapp 5,6 Prozent jedoch den zweitschlechtesten Wert aller Teilnehmer erzielte.

Daniele Negroni: Ex-DSDS-Kandidat verliert Fans auf Facebook

Dass die Teilnahme im Dschungelcamp nicht automatisch neue Follower generiert, zeigt zudem das Beispiel von Daniele Negroni. Zwar erreichte der Ex-DSDS-Kandidat auf Instagram ein Fan-Wachstum von über 7 Prozent, auf Facebook hingegen verlor er mehr als 200 Fans.

Marc Trömel, Geschäftsführer von VICO, kommentiert die Analyse:

“Die sozialen Medien bieten sowohl für Unternehmen als auch Prominente eine gute Möglichkeit, um den eigenen Anhängern auf Augenhöhe zu begegnen und im Gespräch zu bleiben. Gerade für die Dschungelcamp-Teilnehmer können ihre Social Media-Kanäle daher zu einem wichtigen Instrument mit Blick auf ihre berufliche Zukunft werden. Direkte Aussagen zu dem Erfolg im Camp lassen sich aus den Fan-Wachstumsraten jedoch nicht treffen. So wurde Sandra Steffl von den Anrufern als erste Kandidatin direkt aus dem Camp gewählt, obwohl sie während unserer Analyse durchschnittliche Fan-Wachstumsraten verzeichnen konnte.”

Nachfolgend stehen alle relevanten Daten der Analyse zur Verfügung:

Facebook-Kanal	Fans (gesamt)	Fanwachstum (absolut)	Fanwachstum (in %)
Matthias Mangiapane	6.585	1.667	33,9
Kattia Vides	10.394	1.770	20,5
Ansgar Brinkmann	7.572	929	14
Giuliana Farfalla	9.401	1.007	12
Sandra Steffl	985	94	10,6
Tatjana Gsell	2.254	148	7
Tina York	3.257	212	7
Jenny Frankhauser	134.484	5.878	4,6
Sydney Youngblood	3.456	112	3,4
Natascha Ochsenknecht	47.833	964	2,1
David Friedrich	90.189	1.775	2
Daniele Negroni	444.386	-259	-0,1

Tabelle 1: Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Facebook (Zeitraum: 19. Januar 2018 - 26. Januar 2018)

Instagram-Kanal	Fans (gesamt)	Fanwachstum (absolut)	Fanwachstum (in %)
Tina York	290	290	100
Matthias Mangiapane	10.255	4.032	64,8
Ansgar Brinkmann	2.788	843	43,3
Tatjana Gsell	4.749	1.199	33,8
Kattia Vides	53.010	9.909	23
Sandra Steffl	1.799	283	18,7
Jenny Frankhauser	89.151	13.497	17,8
Daniele Negroni	103.120	6.814	7,1

Natascha Ochsenknecht	94.090	5.586	6,3
David Friedrich	316.543	16.676	5,6
Giuliana Farfalla	233.742	11.499	5,2

Tabelle 2: Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Instagram (Zeitraum: 19. Januar 2018 - 26. Januar 2018)

Über VICO Research & Consulting

VICO Research & Consulting (www.VICO-research.com) ist das führende Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring für den Mittelstand und Konzerne in Deutschland. Als Spezialist für Social Big Data-Anwendungen bietet VICO Research & Consulting Unternehmen Lösungen, um Branchentrends, Stimmungen, Potentiale und Krisen frühzeitig zu erkennen und Chancen voll auszuschöpfen. Das Unternehmen ermöglicht es seinen Kunden, Live-Marktforschung zu betreiben und fundierte Entscheidungen auf hochwertigen Datengrundlagen zu treffen.

VICO Research & Consulting wurde 2005 in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart gegründet und beschäftigt knapp 100 feste Mitarbeiter. Neben Monitoring-Leistungen bietet VICO Research & Consulting seinen Kunden auch individuelle Social Media-Analysen und darauf basierende Strategien für Social Media-Management und digitales Marketing an. Seine Expertise lässt VICO Research & Consulting unter anderem auch in Kooperationen mit renommierten wissenschaftlichen Institutionen wie dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und dem Fraunhofer Institut einfließen.

Pressekontakt: Nils Leidloff | nils.leidloff@tonka-pr.com | +49.30.27595973.16