

PRESEMITTEILUNG

Dschungelcamp-Kandidaten im Social Media-Check: Diese Teilnehmer profitieren am meisten

- **VICO Research & Consulting analysiert Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Facebook und Instagram**
- **Matthias Mangiapane erreichte anteilig das höchste Wachstum aller Kandidaten, Sydney Youngblood das geringste**
- **In absoluten Zahlen legte Dschungelkönigin Jenny Frankhauser auf Facebook und Instagram am meisten zu**

Berlin, 05. Februar 2018. Nach zwei Wochen voller Ekel, Hunger und Entbehrungen thront eine neue Königin im australischen Dschungel und die Ex-Kandidaten können sich endlich ihrer neu erzielten medialen Aufmerksamkeit widmen. Als guter Indikator für eine erfolgreiche Teilnahme im Dschungelcamp dient die eigene Fangemeinde in den sozialen Medien. Daher hat Deutschlands führendes Unternehmen für Social Media-Monitoring und -Analyse, VICO Research & Consulting (www.vico-research.com), analysiert, welche Teilnehmer das höchste Fan-Wachstum auf Facebook und Instagram über die gesamte Staffel verzeichnen konnten.

Das höchste absolute Fanwachstum in den sozialen Medien erzielte Dschungelkönigin Jenny Frankhauser mit über 114.000 neu gewonnenen Instagram-Followern und mehr als 35.000 Facebook-Fans. Den zweithöchsten Zuwachs verzeichnete David Friedrich mit über 95.000 neuen Fans. Auf dem dritten Platz landete Ex-Bachelor-Kandidatin Kattia Vides mit fast 39.000 dazugewonnenen Followern in den sozialen Medien.

Der größte Verlierer der Staffel ist Sydney Youngblood. Der amerikanische Soul-Sänger gewann im Laufe der Sendung nur 154 Facebook-Fans dazu, das macht ein absolutes Wachstums von nicht mal 5 Prozent. Ein noch schlechteres Ergebnis erzielte nur Daniele Negrone, seine Facebook-Fangemeinde wuchs um gerade mal 0.2 Prozent über die gesamte Sendung. Durch einen Zuwachs an Instagram-Followern sicherte er sich jedoch noch ein Gesamtwachstum von knapp 18 Prozent.

Die Gewinner im Gesamtwachstum: Matthias Mangiapane, Ansgar Brinkmann und Sandra Steffl

Der größte Gewinner der Staffel in puncto Fangemeinde ist der fünftplatzierte Matthias Mangiapane. Mit einer Zuwachsrate von rund 185 Prozent gewann der Reality-TV-Star anteilig die meisten Follower hinzu. Seine Facebook-Gemeinde erweiterte er um 67 Prozent, auf Instagram erzielte er sogar einen Anstieg von 303 Prozent.

Ebenfalls gelohnt hat sich die Dschungelcamp-Teilnahme für den ehemaligen Fußballprofi Ansgar Brinkmann. Auf Instagram verzeichnete er mit einem Fan-Zuwachs von 219 Prozent das zweitgrößte Wachstum aller Kandidaten, auf Facebook erzielte er mit 37 Prozent jedoch nur ein mittelmäßiges Ergebnis. Damit erreicht er einen Zuwachs an Fans in den sozialen Medien von insgesamt 128 Prozent.

Auch Sandra Steffl legte prozentual vor allem auf Instagram zu: Ihre Fangemeinde wuchs im Laufe der Staffel um 183 Prozent. Damit erzielte sie das dritthöchste Wachstum an Instagram-Fans aller Kandidaten und erzielt insgesamt einen Fan-Zuwachs von 105 Prozent.

Der prozentual hohe Fan-Zuwachs ist allerdings zum Teil auf die vergleichsweise geringe Anzahl an Fans zu Beginn der Show zurückzuführen. So zählte Matthias Mangiapane Fangemeinde vor dem Dschungelcamp nur knapp über 10.000 Fans, während andere Kandidaten wie David Friedrich bereits vor dem Start mehr als 300.000 Follower hatten. Generell zeigt sich jedoch, dass das Fan-Wachstum auf Instagram weitaus höher ist, als auf Facebook.

Die Verlierer: Giuliana Farfalla und Natascha Ochsenknecht

In absoluten Zahlen legte Giuliana Farfalla mit rund 26.000 neuen Fans zwar deutlich zu. In Relation zu ihrer bereits bestehenden Fangemeinde macht das jedoch nur ein Wachstum von rund 13 Prozent. Das ist das zweitschlechteste Ergebnis aller Kandidaten. Auch Natascha Ochsenknecht kann nur ein Wachstum ihrer Fangemeinde von etwa 16 Prozent verbuchen und landet damit auf dem drittletzten Platz.

Nachfolgend stehen alle relevanten Daten der Analyse zur Verfügung:

Facebook-Kanal	Fans (gesamt)	Fanwachstum (absolut)	Fanwachstum (in %)
Matthias Mangiapane	8221	3303	67,2
Kattia Vides	14045	5421	62,9
Tina York	4865	1820	59,8
Ansgar Brinkmann	9111	2468	37,2
Jenny Frankhauser	164229	35623	27,7
Sandra Steffl	1127	236	26,5
Tatjana Gsell	2478	372	17,7
Giuliana Farfalla	9706	1312	15,6
David Friedrich	94341	5927	6,7
Natascha Ochsenknecht	49124	2255	4,8
Sydney Youngblood	3498	154	4,6
Daniele Negroni	445505	860	0,2

Tabelle 1: Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Facebook (Zeitraum: 19. Januar 2018 - 04. Februar 2018)

Instagram-Kanal	Fans (gesamt)	Fanwachstum (absolut)	Fanwachstum (in %)
Matthias Mangiapane	25121	18898	303,7
Ansgar Brinkmann	6211	4266	219,3
Sandra Steffl	4297	2781	183,4
Tatjana Gsell	9198	5648	159,1
Jenny Frankhauser	190041	114387	151,2
Tina York	5204	5204	100,0
Kattia Vides	76583	33482	77,7
Daniele Negroni	130920	34614	35,9
David Friedrich	389791	89924	30,0
Natascha Ochsenknecht	112444	2781	27,0
Giuliana Farfalla	247147	24904	11,2

Tabelle 2: Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer auf Instagram (Zeitraum: 19. Januar 2018 - 04. Februar 2018)

Soziale Medien Gesamt	Zuwachs Gesamt (in %)
Matthias Mangiapane	185,4
Ansgar Brinkmann	128,2
Sandra Steffl	105,0
Jenny Frankhauser	89,4
Tatjana Gesell	88,4
Tina York	79,9
Kattia Vides	70,3
David Friedrich	18,3
Daniele Negroni	18,1
Natascha Ochsenknecht	15,9
Giuliana Farfalla	13,4
Sydney Youngblood	4,6

Tabelle 3: Fanwachstum der Dschungelcamp-Teilnehmer Gesamt (Zeitraum: 19. Januar 2018 - 04. Februar 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: Pascale Bastian | pascale.bastian@tonka-pr.com | +49.30.27595973.16