

Deutsche Premium-Autobauer im Social Media-Check: So performen Audi, BMW und Mercedes-Benz im Netz

- **VICO Research vergleicht die Social Media-Engagement- und Fanzuwachs-Raten von Audi, BMW und Mercedes-Benz zwischen April 2017 und April 2018**
- **Mercedes-Benz hat kanalübergreifend die höchsten Interaktions-Raten**
- **BMW verzeichnet auf Facebook das höchste Fanwachstum**

Leinfelden-Echterdingen, 12.Juli 2018. Die großen Autobauer sind längst alle in den sozialen Medien angekommen und die Premiumhersteller wollen ihre Kunden nicht nur mit hochwertigen Autos, sondern auch mit hochwertigen Inhalten im Netz begeistern. Doch welchem deutschen Autobauer gelingt das am besten? Deutschlands führendes Unternehmen im Bereich Social Media-Monitoring- und Analysen, VICO Research & Consulting (www.vico-research.com), hat die größten Social Media-Kanäle von Audi, BMW und Mercedes-Benz ein Jahr lang analysiert und stellt fest: Mercedes-Benz dominiert kanalübergreifend, wenn es um Interaktion und Fanwachstum geht, Audi schneidet am schlechtesten ab.

Insgesamt hat VICO Research & Consulting für die Analyse jeweils die fünf Kanäle mit den meisten Fans von Audi, BMW und Mercedes-Benz auf Facebook, Instagram, Twitter und Youtube zwischen April 2017 und April 2018 analysiert. In diesem Zeitraum konnte Mercedes-Benz kanalübergreifend die meisten Interaktionen, also Likes, Shares und Kommentare, mit seinen Inhalten generieren.

Interaktionen: Mercedes-Benz dominiert BMW und Audi

Während der Stuttgarter Autohersteller auf Facebook und Instagram knapp doppelt so viele Interaktionen wie BMW verbuchte, waren es auf Twitter sogar mehr als sieben mal so viel und auf Youtube noch rund ein Viertel mehr. Kanalübergreifend wurde mit Inhalten von Mercedes-Benz während des Untersuchungszeitraumes insgesamt rund 510 Millionen Mal interagiert, BMW landet in dieser Kategorie mit 307 Millionen Interaktionen auf dem zweiten Platz, Audi hingegen konnte insgesamt nur 65 Millionen Likes, Shares und Kommentare mit seinen Inhalten verzeichnen.

Fanwachstum: BMW dank Facebook fast gleichauf mit Mercedes

Auch mit Blick auf das Fanwachstum performte Mercedes-Benz insgesamt am besten. Allerdings begeisterte BMW kanalübergreifend nur 100.000 Nutzer weniger für sich als Mercedes. Das liegt vor allem daran, dass BMW auf Facebook mehr als dreimal so viele neue Fans gewinnen konnte wie Mercedes-Benz. Auf allen anderen Kanälen erzielte der Münchner Autobauer hingegen nur die zweitbesten Werte. Audi konnte während der Untersuchung insgesamt rund 5,4 Millionen neue Fans für seine Kanäle begeistern. Dieser Wert ist nur halb so hoch wie die Werte von Mercedes-Benz und BMW.

Marc Trömel, Geschäftsführer von VICO Research & Consulting, kommentiert die Analyse:

“Die sozialen Medien bieten für Unternehmen die Möglichkeit, das eigene Markenimage und die Kundenbindung mit guten Inhalten zu stärken. Unsere Analyse zeigt, dass alle großen deutschen Premiumhersteller von Autos in den sozialen Medien Millionen Menschen mit ihren Inhalten

begeistern. Dennoch performen Mercedes-Benz und BMW kanalübergreifend klar besser als Audi. Das Ingolstädter Unternehmen sollte deshalb genau hinschauen, was die Konkurrenz im Netz richtig macht und die eigene Social Media-Strategie möglicherweise überdenken. Sonst lassen BMW und Mercedes Audi im Netz auf lange Sicht links liegen."

Nachfolgend stehen alle relevanten Ergebnisse der Analyse zur Verfügung:
<https://www.vico-research.com/2018/07/03/audi-bmw-und-mercedes-benz-im-rennen-um-platz-1-in-social-media-so-performen-die-drei-top-automarken-im-netz/>

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 80 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 Zentrum für künstliche Intelligenz und dem Fraunhofer Institut einfließen.

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