

Social Media-Ranking: Diese führenden Modemarken gewannen die meisten Follower

Aufgrund der Geschäftsschließungen in den ersten Wochen der Corona-Pandemie stieg bei Bekleidungsherstellern die Nachfrage an den Produkten in ihren Online-Shops stark an. Auch in den sozialen Netzwerken wuchs das Interesse an den Modemarken. Wir haben aktuell ermittelt, wie sich in den vergangenen Monaten die Follower-Zahlen der 20 führenden Modeunternehmen in Deutschland auf Instagram, Facebook und YouTube veränderten. Nachfolgend präsentieren wir unsere Ergebnisse:

Diese Marken steigerten ihre Popularität in der Krise

Der Sportartikelhersteller Adidas verbuchte trotz starker Negativschlagzeilen aufgrund der Ankündigung, die Miete für geschlossene Geschäfte vorübergehend auszusetzen, den größten Zuwachs an neuen Instagram-Followern: Rund eine Million neue Fans folgen der Marke seit November vergangenen Jahres. Im Vergleich der Facebook-Profile war Adidas ebenfalls am erfolgreichsten (863.000 neue Abonnenten). Der Sportartikelhersteller Puma belegt hinsichtlich der Anzahl neuer YouTube-Abos den ersten Platz (16.000 neue Fans).

Grafik 1

```
<iframe title="So viele neue Follower zählen die führenden Modemarken in Deutschland "
aria-label="chart"
id="datawrapper-chart-J94Ww"
src="https://datawrapper.dwcdn.net/J94Ww/3/" scrolling="no" frameborder="0" style="width:
0; min-width: 100% !important; border: none;" height="1225"></iframe><script
type="text/javascript">!function(){!function(a){!function(a){if(void
0!==a.data["datawrapper-height"]){for(var e in a.data["datawrapper-height"]){var
t=document.getElementById("datawrapper-chart-"+e)||document.querySelector("iframe[src*=
"+"e+""]");t&&(t.style.height=a.data["datawrapper-height"][e]+"px"))}}}}();
</script>
```

Diese Marken führen die aktivsten Accounts in sozialen Netzwerken

Auf ihrer Instagram-Seite teilte C&A die meisten neuen Beiträge (1.500 Posts) mit ihren Instagram-Followern. Adidas gehört mit 35 neuen Instagram-Posts zu den am wenigsten aktiven Marken des Rankings. Dennoch zählt das Unternehmen hinsichtlich der gesteigerten Follower-Zahl zu den Gewinnern der Social Media-Analyse.

Auf YouTube belegt der Sportartikelhersteller mit 23 neuen Videos hingegen den dritten Platz der aktivsten Marken. Der Hersteller Puma entfernte im Untersuchungszeitraum mehr als 870 YouTube-Videos von seinem Kanal. Cecil löschte rund 50 YouTube-Beiträge und Street One nahm knapp 20 Videos von seinem Account.

Grafik 2

```
<iframe title="So aktiv waren die führenden Modemarken in Deutschland auf Social Media"
aria-label="chart"
id="datawrapper-chart-a6U4A"
src="https://datawrapper.dwcdn.net/a6U4A/1/" scrolling="no" frameborder="0" style="width:
```

```
0; min-width: 100% !important; border: none;" height="1163"></iframe><script
type="text/javascript">!function(){!function(){"use
strict";window.addEventListener("message",(function(a){if(void
0!==a.data["datawrapper-height"])for(var e in a.data["datawrapper-height"]){var
t=document.getElementById("datawrapper-chart-"+e)||document.querySelector("iframe[src*=
"+"e+""]");t&&(t.style.height=a.data["datawrapper-height"][e]+"px"))}})){}();
</script>
```

Über die Untersuchung:

Um herauszufinden, welche Modemarken seit der Covid-19-Pandemie in sozialen Medien die meisten neuen Abonnenten generiert haben, hat Nethansa die offiziellen Accounts der 20 umsatzstärksten deutschen Bekleidungsmarken auf Facebook, Instagram und YouTube untersucht. Dabei wurden die Anzahl der Follower und der Beiträge berücksichtigt. Aus Gründen der Leserlichkeit wurden die Zahlen gerundet. Verglichen wurden dabei die Daten von November 2019 mit dem aktuellen Stand von Juni 2020. Die Auswahl der Modemarken basiert auf den Handelsdaten des EHI Retail Institute.

Zu den oben gelisteten Dachmarken zählen auch folgende Labels: Brax Leineweber (Brax, Eurex, Raphaela, Deyk u. a.), Broadway NYC (Dr. Rehfeld Fashion), Mac Mode (Mac, Cambio), Marc Cain (Marc Cain), Olymp-Gruppe (Olymp, Maerz Muenchen)