

Social Media-Analyse: So performen Zara, Apple & Co. im Netz

- **Modelabel Zara ist in allen untersuchten sozialen Netzwerken aktiv und verfügt über die größte Reichweite**
- **Alle untersuchten Online Shops haben einen Facebook-Account**
- **Nur drei Unternehmen sind auf TikTok angemeldet**

Berlin, 20. Januar 2022 – Die Präsenz auf Social Media ist heutzutage in jeder Branche unabdingbar. Neben dem Aufbau der Kundenbindung rückt aber auch immer mehr die Verbesserung des Kundenservices in den Vordergrund. Denn auf diesen Kanälen können Kunden und Kundinnen schnell mit dem Unternehmen in Kontakt treten – immerhin sind knapp drei Milliarden Menschen weltweit auf Social Media-Kanälen angemeldet. Wie die umsatzstärksten Online Shops in Deutschland diese Chance nutzen und in welchen sozialen Netzwerken sie aktiv sind, hat Superchat (www.superchat.com) analysiert. Das Unternehmen, das eine Software bietet, die alle relevanten Kommunikationskanäle bündelt, hat die Followerzahl auf Facebook, Instagram, Twitter, Youtube und TikTok ermittelt. Auffällig ist, dass TikTok noch eine untergeordnete Rolle spielt: Nur Zara, teufel und Peek & Cloppenburg verfügen über einen offiziellen Account.

Facebook: Fashion Retailer haben die meisten Abonnenten

Alle untersuchten Unternehmen haben einen Account bei dem Social Network-Riesen Facebook. Zwar führt Samsung mit 161.643.465 Abonnenten das Ranking haushoch an, jedoch folgen auf den weiteren Plätzen ausschließlich Modehäuser. H&M hat mit über 40 Millionen Followern die meisten Anhänger:innen, gefolgt von Zara mit knapp 30 Millionen Fans. Deutlich weniger Abonnenten, aber im Gesamtvergleich führend, folgen C&A mit knapp 11 Millionen Interessierten sowie Zalando, asos und bonprix, die alle über 7 Millionen Follower verzeichnen.

Instagram: Zara und H&M am beliebtesten bei Instagram

Auch bei Instagram führt Zara das Ranking an. Mit über 48 Millionen Followern hat das spanische Modelabel mit Abstand die größte Reichweite. Auf Platz zwei landet H&M – knapp 10 Millionen Menschen weniger folgen der Marke. Auf Platz 3 schafft es Apple mit rund 27 Millionen Fans – umringt von Fashion Retailern, denn es folgen erneut Zalando, asos, C&A, bonprix und esprit.

Bis auf heine, klingel.de und computeruniverse.net verfügen alle untersuchten Online Shops über einen Instagram-Account. Am aktivsten ist mit über 14.000 Beiträgen asos. Mit durchschnittlich über 35.000 bzw. 30.000 Likes gefallen den Followern die Beiträge von Zara und H&M mit Abstand am besten.

Twitter: Apple mit den meisten Followern und wenigsten Tweets

Twitter ist unter den Unternehmen nicht ganz so populär – 18 der untersuchten Online Shops sind nicht auf der Plattform registriert. Apple hat zwar mit 7,3 Millionen Followern mit deutlichem Abstand die meisten Anhänger:innen, jedoch hat der Konzern nicht einen Tweet abgesetzt. Zara und

asos sind dagegen auch in diesem Netzwerk an der Spitze und haben jeweils über eine Millionen Follower. Mit über 230.000 Tweets ist asos unter den Unternehmen am aktivsten auf der Plattform.

Youtube: Das Videoportal zieht die wenigsten Online Shops und Follower an

22 Unternehmen haben keinen Account auf Youtube. Somit ist die Plattform die unbeliebteste der Untersuchung. Mit über 413.000 Abonnenten führt jedoch auch hier erneut ein Modehaus das Ranking an: H&M sichert sich vor Samsung (192.000), Shein (128.000) und Zara (96.000) den ersten Platz.

“Soziale Netzwerke verbinden nicht nur Freunde und Geschäftspartner miteinander, sondern helfen auch bei der Kundenkommunikation. Doch es gibt so viele verschiedene Plattformen, sodass insbesondere beim Kundenservice der Überblick schnell verloren geht. Doch meist wünschen und suchen Verbraucher:innen gerade da Hilfe, wo sie auf das Produkt oder den Service aufmerksam geworden sind oder am meisten Zeit verbringen. Mit unserer Softwarelösung werden zahlreiche Kommunikationskanäle in einem gebündelt, sodass Unternehmen schnell und einfach auf die Anliegen ihrer Kundschaft reagieren können”, kommentiert Yilmaz Köknar, Gründer und CEO von Superchat.

Über die Untersuchung

Superchat hat für die Analyse 54 Onlineshops aus den Kategorien Generalist, Technik und Fashion herangezogen und die Aktivität sowie die Reichweite der Social Media Plattformen miteinander verglichen. Die Auswahl der Onlineshops basiert auf den [Top 100 umsatzstärksten Onlineshops und ausgewählte Marktplätzen in Deutschland](#) des EHI Retail Institutes.

Über Superchat

Superchat (www.superchat.de) ist eine Software, die alle relevanten Kommunikationskanäle, wie E-Mail, WhatsApp Business, Google Business Chat, Facebook, SMS und Webchat, in einem Posteingang bündelt. Damit vereinfacht Superchat für kleine und mittelständische Unternehmen die Kundenkommunikation und bietet eine effiziente Lösung, alle Bereiche der Customer Journey digital abzuwickeln, ohne den persönlichen Kontakt zu der Kundschaft zu verlieren. Mitteilungen, Hilfestellungen, Promotionen und Bewertungsanfragen können unkompliziert per Link und über eine Benutzeroberfläche an Kunden und Kundinnen kommuniziert werden. Das Start-up wurde 2020 von Yilmaz Köknar und Mika Hally gegründet, beschäftigt derzeit 20 Mitarbeitende und hat seinen Sitz in Berlin.

Pressekontakte

Katharina van Wickeren | katharina.vanwickeren@tonka-pr.com | +49 (0) 176 7471 7519

Sarah Schulze | sarah.schulze@tonka-pr.com | +49 (0) 179 6178 615

Leonie Erdmann | leonie.erdmann@tonka-pr.com | +49 (0) 176 5885 1839