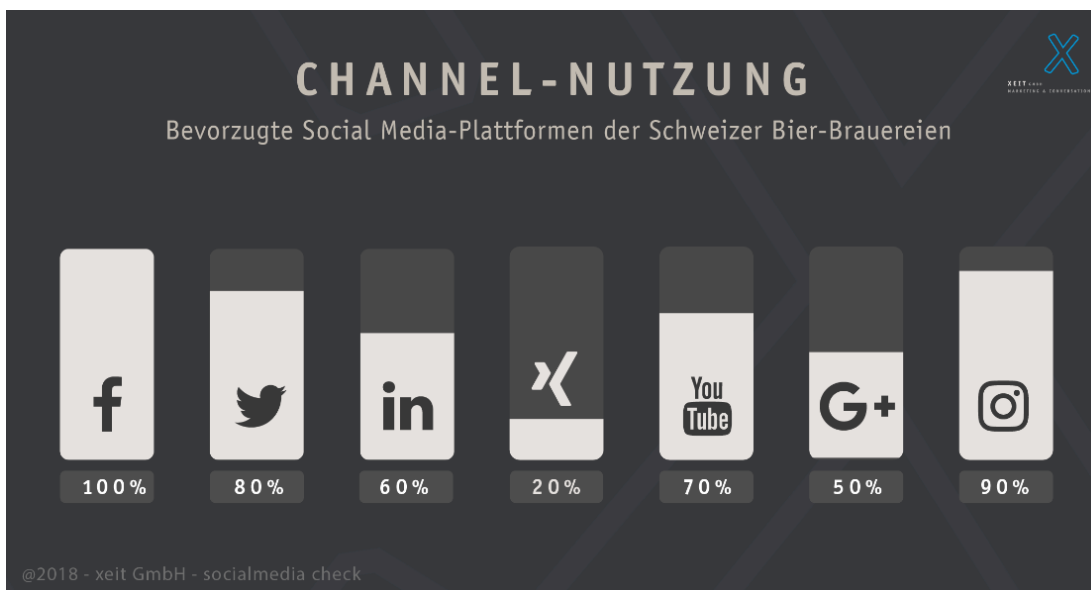


Social Media Check: Schweizer Bierindustrie – Hopfen und Malz verloren? Teil 2



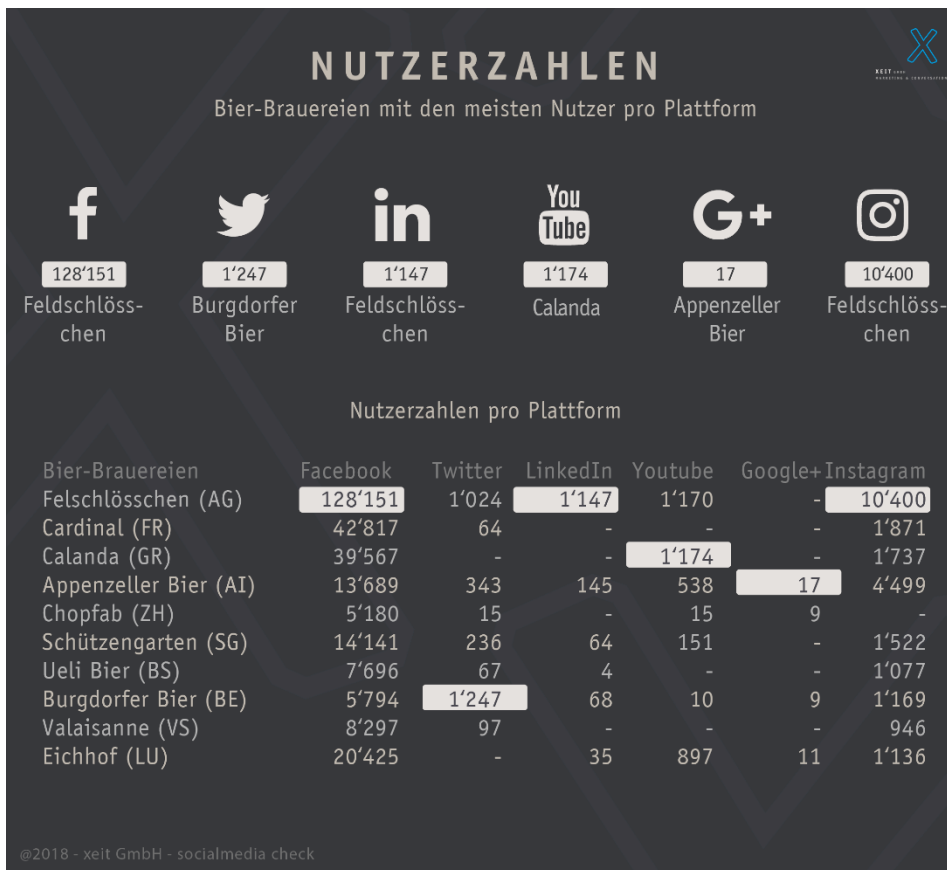
Bier ist allseits beliebt und wird im Sommer – aber auch im Winter gerne getrunken. Herr und Frau Schweizer konsumieren im Jahr über 50 Liter des Hopfengetränks. Im internationalen Vergleich ist das eher wenig, dennoch steigt die Zahl an Brauereien hierzulande jährlich an. Ein guter Grund, das Getränk mal im Detail zu würdigen und in unserem Social Media Check genauer unter die Lupe zu nehmen.

1. Deutliche Zunahme für Twitter, LinkedIn und Instagram



Facebook ist und bleibt auch im Jahr 2018 die meistgenutzte Kommunikationsplattform für Schweizer Bier-Brauereien. Alle 10 Biermarken im Check sind auf Facebook vertreten und bewirtschaften den Kanal regelmässig. Xing und Google+ besitzen hingegen wenig Relevanz und werden sehr sporadisch genutzt – oder gar nicht bewirtschaftet. Anders sieht es bei Twitter aus: Hier ist ein starker Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen (von 30% auf 80%). Auch LinkedIn wird zunehmend als Social Media Plattform eingesetzt, wenn auch noch nicht stark bewirtschaftet. Wie auch [im Jahr 2017](#) sind 7 von 10 Bier-Brauereien auf YouTube vertreten, Instagram steigt ebenfalls von 60% auf 90% an und erreicht beinahe eine vollständige Sättigung.

2. Feldschlösschen dominiert Facebook und Instagram



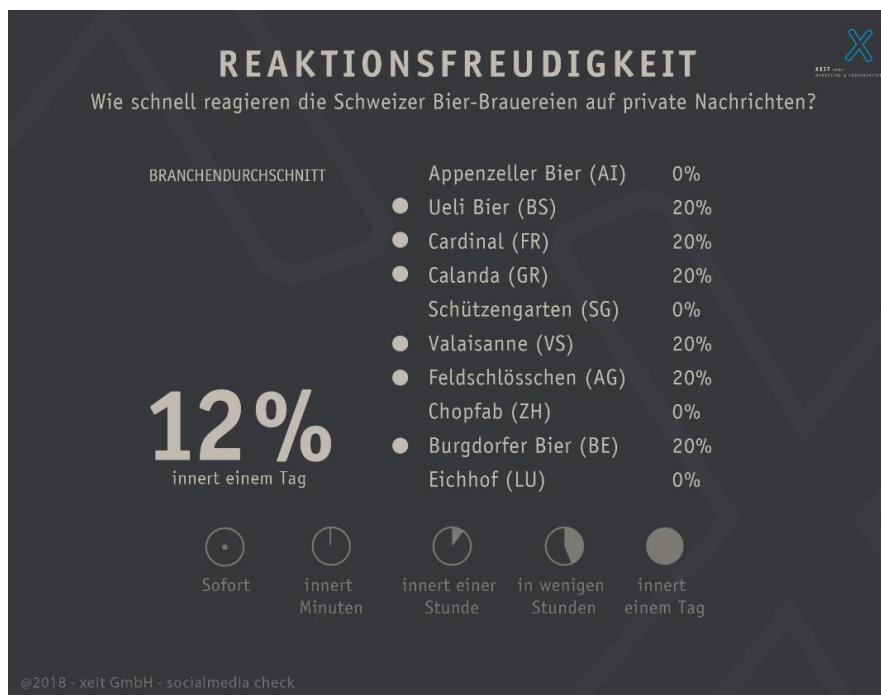
Im Bezug auf die Nutzerzahlen auf Facebook und Co. zeichnet sich ein klares Bild ab: Feldschlösschen dominiert die Social-Media-Kanäle Instagram, Facebook und LinkedIn. Mit mehr als doppelt so vielen Followern kann sich die Rheinfelder Brauerei deutlich von der Konkurrenz absetzen. Anders sieht es auf Twitter und YouTube aus, hier haben das Burgdorfer Bier und Calanda die Nase vorn, wobei Feldschlösschen seinen Mitstreitern stets auf den Fersen ist. Eine regelmässige und qualitativ hochwertige Bewirtschaftung der Kanäle sowie starke werberische Präsenz (online und offline) sind sicherlich Teil des grossen Erfolgs von Feldschlösschen. In Bezug auf das Google+ Netzwerk wird klar, dass die Plattform an Relevanz verloren hat. Dieses Ergebnis verwundert nicht, da Google+ branchendeckend nur noch sehr selten für Social-Media-Aktivitäten genutzt wird.

3. Walliser Bier verzeichnet erneut grosses Nutzer-Wachstum



Wie auch bereits [im letzten Jahr](#) kann das Walliser Bier den grössten Nutzerzuwachs verzeichnen. Dieser Erfolg kommt nicht von ungefähr: Mit sehr aktuellem und zielrumpengerechtem Content schafft es «Valaisanne 1885», bestehende Fans beizubehalten und die Community stets auszubauen. Mit rund 5% mehr Followern besetzt die Doppelleu Brauwerkstatt (Chopfab) den zweiten Rang und lässt sich nicht vom Podest vertreiben, denn auch 2017 war Chopfab bereits auf dem Siegertreppchen. Besonders positiv fällt hier die Qualität der Facebook-Inhalte auf: Alle Produkte sind sehr hochwertig inszeniert und grafisch gut umgesetzt. Knapp hinter der Doppelleu Brauwerkstatt platziert sich das Appenzeller Bier, mit 4% Nutzerzuwachs. Was auffällt: Die meisten Kommentare unterhalb von Posts werden bearbeitet und beantwortet, Privatnachrichten hingegen scheinen einen weniger hohen Stellenwert zu geniessen, wie Punkt 4 aufzeigt.

4. Reaktionsfreudigkeit nimmt stark ab



6 von 10 Brauereien im Check reagieren innerhalb eines Tages auf Privatnachrichten, die restlichen 4 haben die Angabe der Reaktionsgeschwindigkeit entfernt. Folglich sinkt die durchschnittliche Reaktionsgeschwindigkeit rapide ab, nur noch 12% antworten innerhalb eines Tages auf Facebook-Nachrichten (2017 waren es noch 42%)! Weshalb viele Brauereien auf ihrer Facebook-Seite die Angabe ihrer Reaktionsgeschwindigkeit verborgen haben, bleibt ein Rätsel. Fest steht, dass hier Luft nach oben ist, denn die Community hat Fragen – und die sollten schnell beantwortet werden.

5. Appenzeller, Schützengarten und Feldschlössen posten am häufigsten



Mit durchschnittlich 41 Posts im Monat holt sich das Appenzeller Bier den ersten Platz in puncto Aktivität. Mit einer hohen Präsenz auf Instagram unterscheidet sich die Biermarke klar von der Konkurrenz. Knapp dahinter platziert sich das Schützengarten Bier, welches den Fokus stärker auf Facebook gelegt hat (insgesamt 39 Posts), während Feldschlösschen relativ ausgeglichen auf Facebook, Twitter und Instagram aktiv ist (insgesamt 33 Posts). Die Zahlen sind im Vergleich zu [anderen Branchen im Test](#) relativ niedrig, wobei auch innerhalb der Bierindustrie starke Unterschiede erkennbar sind. Die Möglichkeiten von Social Media scheinen noch nicht gänzlich bei der Brauerei-Branche durchgedrungen zu sein.

6. Sonstige Branchentrends

Obwohl wir uns in der Auswahl etwas eingrenzen mussten, gibt es einige spannende Facts, die es verdient haben erwähnt zu werden:

- Die Zürcher Brauerei Amboss punktet mit einer Reaktionsgeschwindigkeit von einer Stunde, eine Ausnahme in der Branche.
- Nicht nur die Brauereien im Check, auch andere Bier-Produzenten (wie Wädenswiler oder Euelbräu) legen ihr Hauptaugenmerk auf die Bewirtschaftung von Facebook. Scheinbar fehlt hier noch ein wenig der Weitblick für andere Social-Media-Kanäle.
- Brauereien mit eigenem Blog gibt es wenige: Lediglich Quöllfrisch, das Burgdorfer Bier und Schützengarten betreiben ein blogähnliches Newsportal auf ihrer Website.
- Um trotzdem stets auf dem neusten Stand zu bleiben, bietet der Blog [Biergenuss](#) eine gute Alternative. Hier werden alle Veranstaltungen und News rund ums Schweizer Bier übersichtlich zusammengefasst und erläutert.

Habt ihr weitere Anregungen zum Social Media Check oder möchtet ihr, dass wir die Social Media Performance eures Unternehmens genauer unter die Lupe nehmen? Mit unserem [Social Media Check](#) helfen wir euch, euren Online-Auftritt zu optimieren.