

# CRAFT DRINKS



## STUDIE

Düsseldorf/Berlin, Dezember 2018

„Alles ginlos oder was?“

## Fact Sheet zur Studie über Craft Drinks Marken im Netz

**Craft Bier, Whisky, Wodka, Gin und Rum – diverse Craft Drinks bilden mittlerweile einen großen Markt in Deutschland und werden immer beliebter. Bisher sind sie vor allem im Handel besonders präsent. Aber wie stark zeigen sich die jeweiligen Marken im Web? Sind sie auf sozialen Netzwerken aktiv? Wie werden die Marken userseitig wahrgenommen und wie finden sich diese im Social Web wieder? Diese und weitere Fragen werden innerhalb dieser ersten Studie über Craft Drinks Marken im Netz beantwortet. Als Kooperationspartner konnten wir den Berliner Monitoring-Spezialisten Landau Media gewinnen.**

Die Studien Untersuchung gliedert sich in vier Bereiche: Die Analyse der Corporate Websites, die Social Media Nutzung und die Social Media Inhaltsanalyse sowie die Auswertung eines Online-Fragebogens, der zuvor an die ausgewählten Unternehmen verschickt wurde. Untersucht wurden insgesamt 50 Craft Drinks Marken der Segmente Bier, Gin, Rum, Whisky und Wodka.

### Die untersuchten Marken

Sylter Tide Whisky, Säntis Malt Swiss Alpine Whisky, Slyrs Whisky, The Nine Springs Single Malt Whisky, Sauerländer Single Malt Whisky, St. Kilian Single Malt Whisky, Gilors Whisky, Spreewood Distillers, Johannsen Rum, Revolte Rum, Simon's Rum, Braasch Rum, Don Ruffin, Eifel Rum, Monkey 47 Schwarzwald Dry Gin, Ferdinand's Saar Dry Gin, The Duke Munich Dry Gin, Gin Sul, Siegfried Rheinland Dry Gin, Tonka Gin, Niemand Dry Gin, Skin Gin, Windspiel Premium Dry Gin, Juniper Jack, Elephant Gin, Berlin Dry Gin, Spitzmund Gin, Adler Berlin Wodka, Lions Vodka, Freimut Vodka, Smokecraft Edelfholzvodka, Our/ Berlin Vodka, Vodrock, Bazic Wodka, Sash & Fritz, Spirit of Sylt Vodka, Wodqa, Maisel & Friends, Bilger Stümple, Tilmans Biere, Mikes Wanderlust, Crew Republic, Ratshern Brauerei, Braufactum, Störtebeker, Hanscraft, LaBieratorium, Stone Brewing, Schneider Weisse, Onkel Bier.

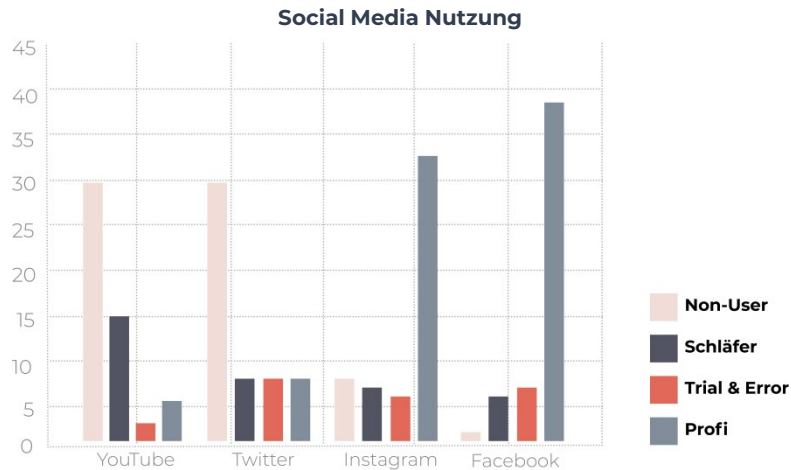


### Die Corporate Websites

Als Basis für die zentralen Kommunikationsaktivitäten und als erste Anlaufstelle für Kunden, potentielle Kunden und Medienvertretern, ist die Corporate Website von großer Bedeutung für jedes Unternehmen. Die Analyse der Websites innerhalb dieser Studie erfolgte nach 15 Kriterien. So wurde zum Beispiel geprüft wie aktuell die Websites sind, wie sie optisch umgesetzt wurden, ob und wie viele Informationen der User bekommt und wie die Presse- sowie Kontaktbereiche gestaltet sind. Die Auswertung erfolgte nach Schulnoten (1-6), wobei die Note 1 für „hervorragend“ und die Note 6 für „nicht vorhanden“ steht. Durch klar verständliche, einfach zu navigierende und markenadäquate Corporate Websites haben auf dem ersten Blick fünf Marken überzeugt: *Berliner Brandstifter*, *Störtebeker*, *The Duke Munich Dry Gin*, *Elephant Gin* und *LaBieratorium*.

## Social Media Nutzung

Innerhalb der Analyse der Social-Media-Aktivitäten der Marken liegt der Fokus auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Dazu wurden vier Einordnungen vorgenommen, die die Professionalität der Kanäle widerspiegeln: Profis, Trial & Error, Schläfer und Non-User. Schon auf den ersten Blick wird deutlich, dass die meisten Unternehmen sich auf eine Facebook- und Instagram-Aktivität beschränken. 49 von 50 Marken haben einen Account auf Facebook, 43 auf Instagram. Twitter und YouTube werden bislang von 21 Marken genutzt. Die Untersuchung erfolgte anhand von Kriterien wie Themensetting, Kreativität, Dialog bzw. Community Management sowie Branding Qualität und Kontinuität. Auch hier wurde nach dem Schulnotensystem bewertet. Mit einem übergreifenden, professionellen Engagement auf allen vier Plattformen sind hier die Marken *Elephant Gin*, *St. Kilian Distillers*, *Stone Brewing*, sowie *Maisel & Friends* aufgefallen.



## Social Media Inhaltsanalyse

Die Daten für diesen Part der Studie wurden von dem Berliner Monitoring-Spezialist Landau Media bereitgestellt. Hier wurde untersucht, wie sich die Userdiskussion und das Engagement der Unternehmen und Marken im Social Web darstellen. Welches sind die relevanten Plattformen der Zielgruppen, wenn sie sich über Craft Drinks austauschen? Gibt es einschlägige Portale? Welche Themen werden von den Usern gewählt? Wie ist die Tonalität der Diskussionen? Die statistische Auswertung richtete sich nach der Reichweite und Anzahl der Beiträge. Insgesamt wurden 2.753 Beiträge mit einer Gesamtreichweite von 6.786.259 untersucht. Im Hinblick auf die Anzahl und Reichweite ergaben sich fünf Top-Marken: *Störtebeker*, *Ratsherrn*, *The Duke Munich Dry Gin*, *Monkey 47* und *Stone Brewing Berlin*.

### Top 10 Medien nach der Anzahl ihrer Beiträge

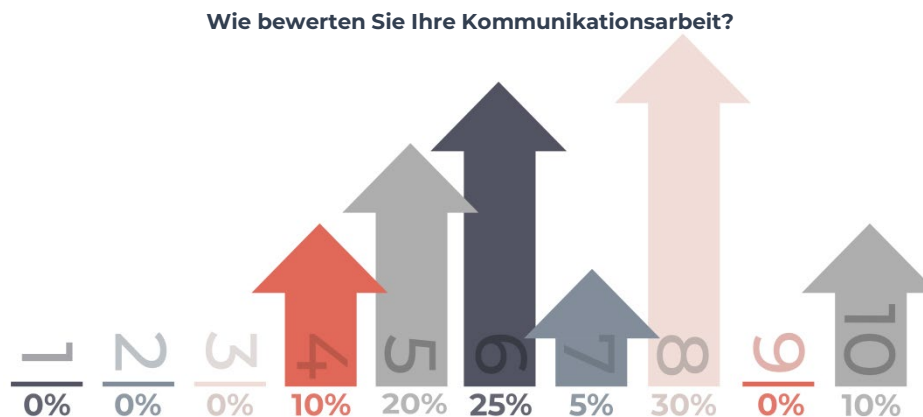
70	Facebook: St. Kilian Distillers - Single Malt Whiskey Made in Germany
33	Facebook: Stone Brewing Berlin
27	Instagram: stkiliandistillers
26	Facebook: Ratsherren Brauerei
26	Twitter: StKilianDist
22	Instagram: stoneberlin
21	Facebook: Elephant Gin
21	Facebook: Maisel and Friends
19	Instagram: sauerlaender_edelbrennerei
19	Twitter: Elephant Gin

### Top 10 Medien nach Reichweite

759.165	Instagram: monkey47_dry_gin
561.679	Instagram: stoneberlin
497.516	Facebook: Glitzerfrosch - täglich die besten Gewinnspiele
400.034	Instagram: elephantgin
207.445	Facebook: Geheimtipp Hamburg
179.094	Twitter: Elephant Gin
143.001	Instagram: niemandgin
125.685	Facebook: W&V
121.048	Facebook: Mit Vergnügen Berlin
110.360	Twitter: StKilian Dist

## Online-Fragebogen

Neben den vorangegangenen Analysen wurde ein Online-Fragebogen erstellt und an die 50 Marken verschickt. Dieser Bogen beinhaltete Fragen zur Kommunikationsarbeit und Social Media Präsenz der Unternehmen. Die Antworten geben einen groben Überblick darüber, wie wichtig den Unternehmen ihre Websites und Social-Media-Kanäle sind und wie sie ihre Präsenz selbst einschätzen. Insgesamt haben 20 Unternehmen unsere Fragen beantwortet. Hier wurde auf dem ersten Blick deutlich, dass die Marken einen großen Wert auf ihre Website legen und ihnen eine Präsenz im Social Web wichtig ist. Außerdem schätzen die meisten ihre bisherige Kommunikationsarbeit bisher ganz gut ein; auf einer Skala von 1-10 (wobei 10 der höchste Wert ist) bewertete sich kein Unternehmen unter 5. Unter anderem wurde noch erfragt, welche Plattformen und welche werblichen Maßnahmen dort genutzt werden und ob es einen Verantwortlichen für diese Aktivitäten gibt.



Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass noch nicht alle Craft Drinks Marken im Internet und speziell im Social Web professionell aktiv sind. Bislang haben vor allem größere Unternehmen einen professionellen Auftritt im (Social) Web. Noch scheinen sich viele in einer Art Testphase zu befinden, bei der noch keine klare Strategie erkennbar ist. Dies gilt vor allem für die Kanäle Twitter und YouTube. Innerhalb der Userdiskussion wird vor allem der „private Trinkgenuss“ besonders oft aufgegriffen. Themen wie Nachhaltigkeit und soziales Engagement sind in der Craft Drinks Welt nicht allzu weit verbreitet, was jedoch gute Möglichkeiten für die Unternehmen darstellt. Die Tonalität der Userdiskussion ist allgemein positiv oder neutral; es gibt kaum negative Beiträge.

Haben Sie noch Fragen, Anmerkungen oder benötigen Sie noch mehr Informationen?  
Dann kontaktieren Sie uns gerne – Wir freuen uns auf Sie!

**Die Studie hat einen Umfang von 95 Seiten. Unternehmen und Medien stellen wir den vollständigen Studienband kostenlos zur Verfügung. Bitte wenden Sie sich dafür an die unten genannten Pressekontakte.**

### Pressekontakt

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media  
Nadja Amireh  
Flügelstraße 47 / 40227 Düsseldorf  
Tel. +49 211 97711700  
[amireh@wakeup-communications.de](mailto:amireh@wakeup-communications.de)  
[www.wakeup-communications.de/](http://www.wakeup-communications.de/)

Landau Media GmbH & Co. KG  
Beate Kiep  
Leitung Unternehmenskommunikation  
Friedrichstraße 30 / 10969 Berlin  
Tel.: +49 (0) 30 / 202 42 170  
Fax: +49 (0) 30 / 202 42 440  
[kiep@landaumedia.de](mailto:kiep@landaumedia.de)  
[www.landaumedia.de](http://www.landaumedia.de)