



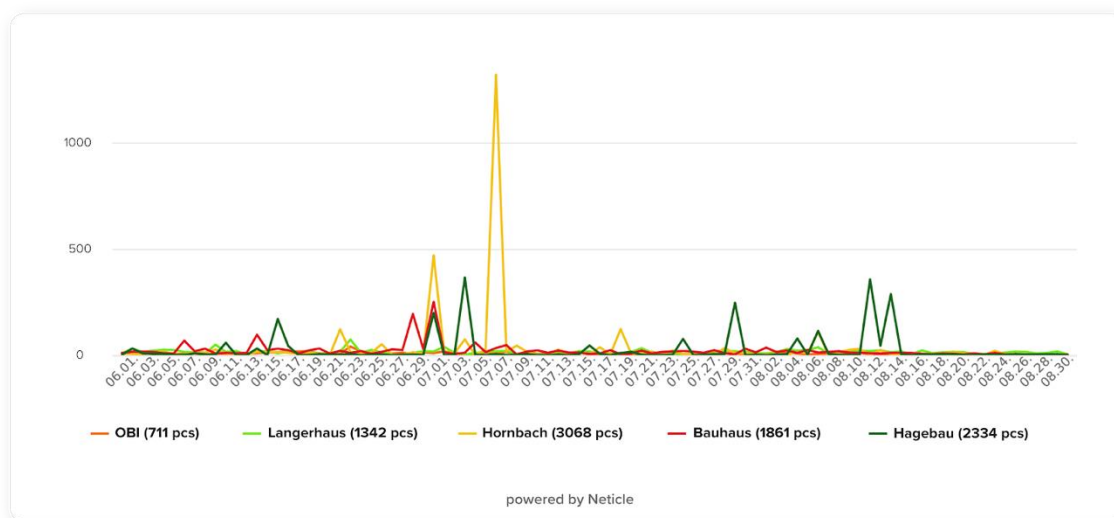
## SOCIAL [RETAIL] LISTENING: Baumärkte Q3/2020

### Österreichs fünf größte DIY-Einzelhändler im Netz

In Kooperation mit Neticle hat der Handelsverband die umsatzstärksten österreichischen Baumärkte Obi, Lagerhaus, Hornbach, Bauhaus und Hagebau in den sozialen Medien analysiert: Nennungen und Kommentare wurden ausgewertet. Wie schlagen sich die Marken in der Online-Welt?

Um den Online-Ruf und die Leistung der fünf Marken zu vergleichen, hat Neticle im Zeitraum **1. Juli – 31. August 2020** öffentliche Nennungen gesammelt, und die Inhalte analysiert.

## NENNUNGEN & BEWERTUNGEN

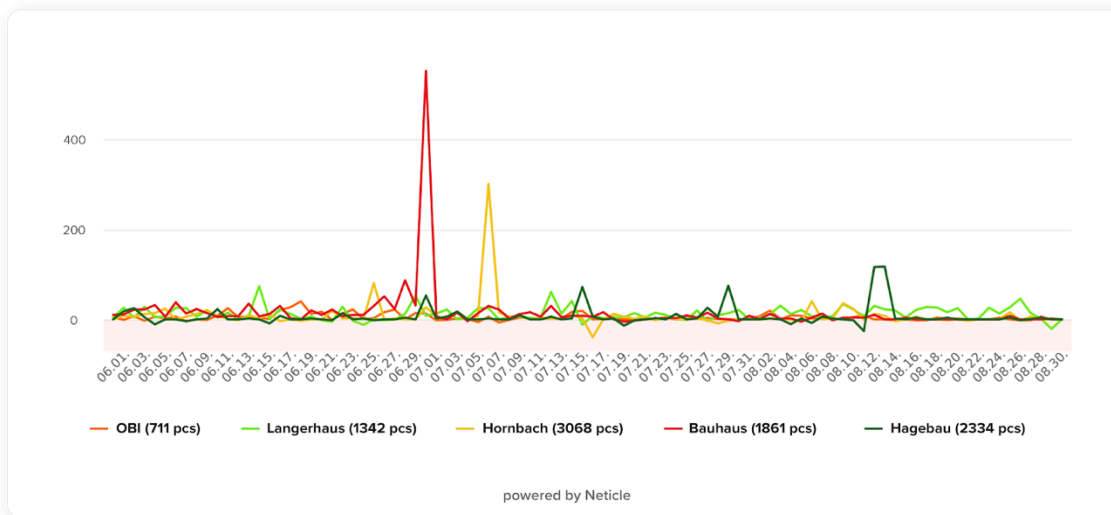


Die herausragenden Nennungszahlen sind vor allem auf die Kommentare zu den Facebook-Beiträgen zurückzuführen.

Die höchste Zahl an Nennungen an einem Tag (und auch die meisten Nennungen im Zeitraum insgesamt) erreichte **Hornbach** am 7. Juli mit einem auf der offiziellen Facebook-Seite veröffentlichten Video, in dem ein engagierter Bastler [zeigt, wie er ein Rasenmäher-Fahrrad gebaut hat](#). Der erfindungsreiche, humorvolle Beitrag erbrachte mehr als 1300 Kommentare, und auch hinsichtlich der Online-Bewertung von Hornbach war dieser der positivste Tag während des ganzen Sommers. Populär war auch [ein Beitrag, in welchem die Nutzer aufgefordert wurden, das Fassungsvermögen eines Beckens zu schätzen](#).

Am 4. Juli erzielte **Hagebau** zahlreiche Erwähnungen dank [eines Facebook-Beitrags](#), in welchem anlässlich der Tomatensaison gefragt wurde, ob man eher „Tomaten“ oder „Paradeiser“ zu der roten Frucht sagt. Einen hohen Wert erreichte Hagebau auch am 12. August mit [einer humorvollen Werbung für Rauchmelder](#).

**Bauhaus** animierte die Konsumenten auf seiner Facebook-Seite am 1. Juli durch ein [Sommergewinnspiel](#). Dieses erreichte zwar weniger Nennungen als die oben genannten, dafür erreichten die Erwähnungen sehr positive Bewertungen.



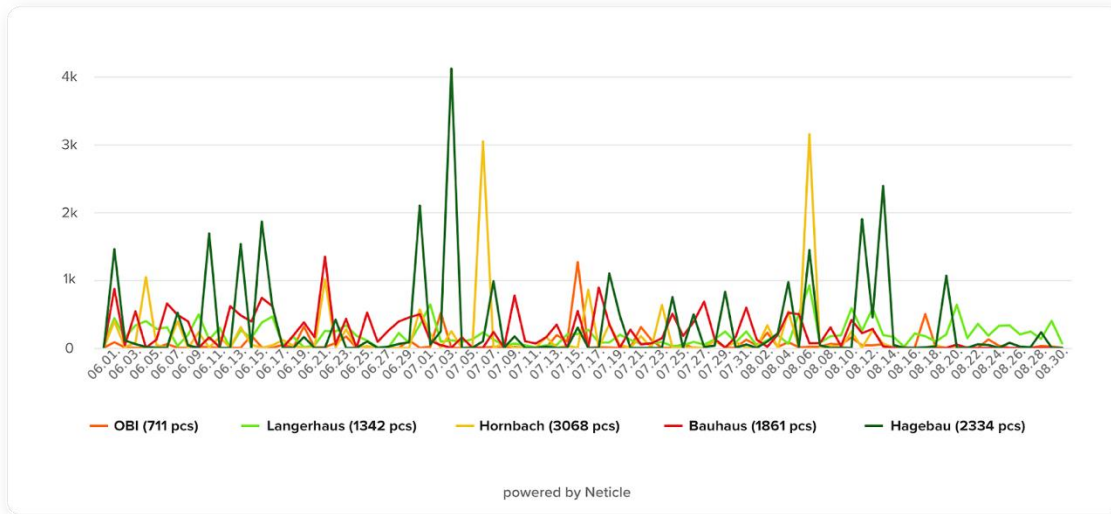
*Nichts erbrachte eine positivere Bewertung als das Gewinnspiel.*

## INTERAKTIONEN

Die meisten Interaktionen, also Likes, Kommentare und Teilungen erreichte **Hagebau** mit der Tomaten-Paradeiser-Diskussion. Der Beitrag bewegte das österreichische Publikum so stark, dass dieser zum Interaktionshöchstwert der ganzen Zeitperiode wurde.

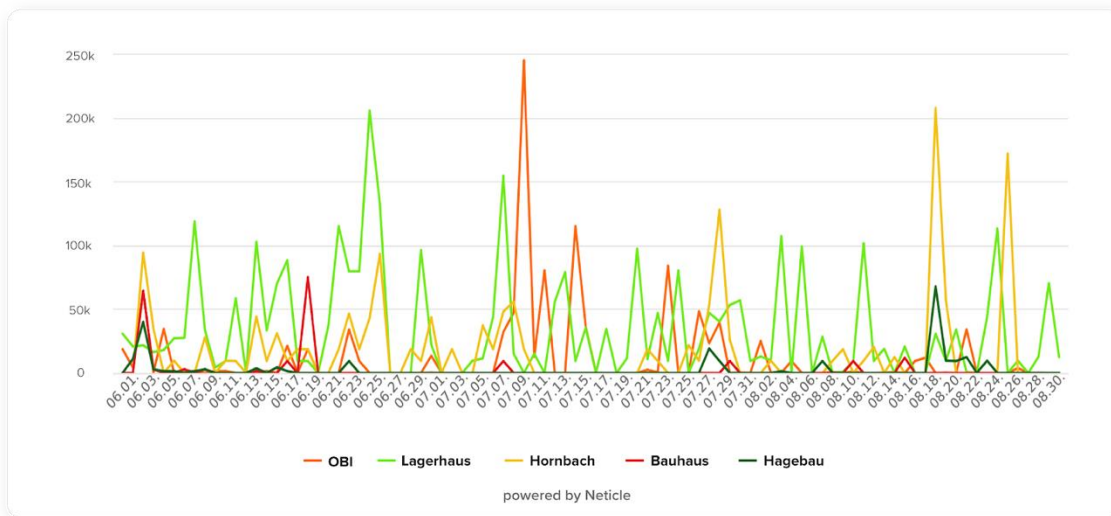
Den zweiten Platz nimmt **Hornbach** in dieser Kategorie ein mit mehr als dreitausend Interaktionen zur [Ankündigung](#), dass Hunde willkommen sind und niemand sie bei den hohen Temperaturen im Auto sitzen lassen muss.

Den dritten Platz sichert sich **Hornbach's** Beitrag über das Rasenmäher-Fahrrad.



## REICHWEITE

In Sachen Reichweite liegen **OBI** und **Lagerhaus** vorne. **OBI** im Zusammenhang mit der Maskenpflicht in Klagenfurt, **Lagerhaus** betreffend eines Betrugsverdachts zweier Mitarbeiter in einem Markt in Kärnten und **Hornbach** dank seines Aufstiegs im S-Dax.



*Die erreichten Personen wurden durch Pressenachrichten bestimmt*

Im nächsten Monat stellt Neticle eine weitere Branchenanalyse zur Verfügung, bleiben Sie also dran!  
 Mehr Informationen zu Neticle finden Sie unter [www.neticle.at](http://www.neticle.at).