

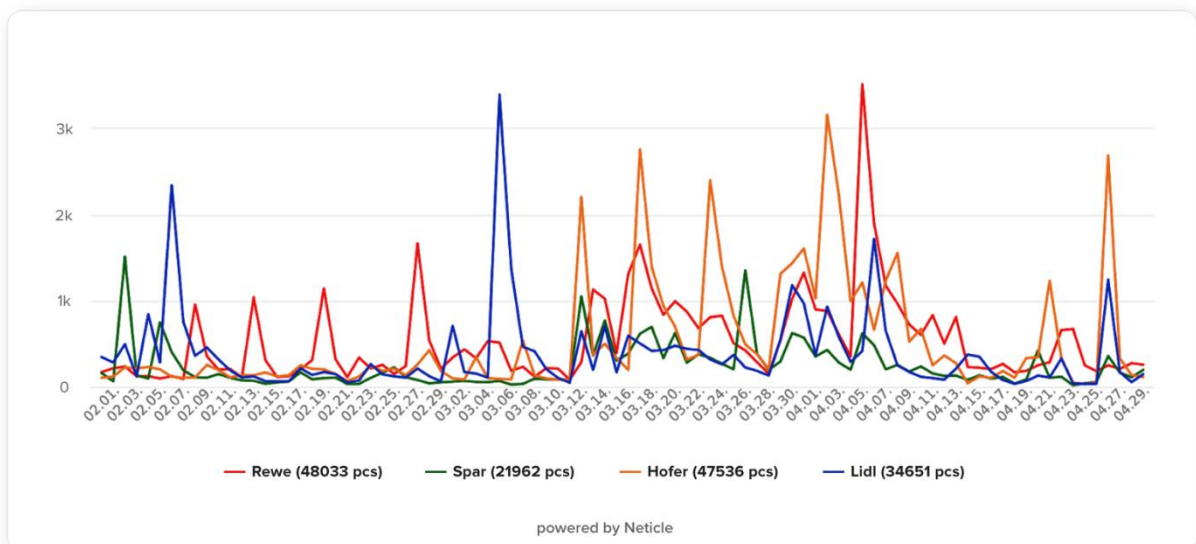
SOCIAL [RETAIL] LISTENING: Lebensmittel Q2/2020 Österreichs vier größte Einzelhändler im Netz

In Kooperation mit Neticle hat der Handelsverband die umsatzstärksten österreichischen Lebensmittelhändler Rewe, Spar, Hofer und Lidl in den sozialen Medien analysiert: Nennungen und Kommentare wurden ausgewertet. Wie schlagen sich die Marken in der Online-Welt?

1

Um den Online-Ruf und die Leistung der vier Marken zu vergleichen, hat Neticle im Zeitraum 1. Februar – 30. April öffentliche Nennungen der Lebensmittelketten gesammelt, und die Inhalte analysiert. Auch die Marken **Billa**, **Merkur**, **Penny**, **Adeg** und **Sutterlüty** wurden als Suchwörter aufgenommen.

Alle vier Marken hatten hohe Nennungszahlen, wobei Rewe und Hofer definitiv an der Spitze lagen. Über Spar wurden etwas weniger Meinungen veröffentlicht als über die anderen drei, was nicht ganz der Marktstellung des Unternehmens entspricht.

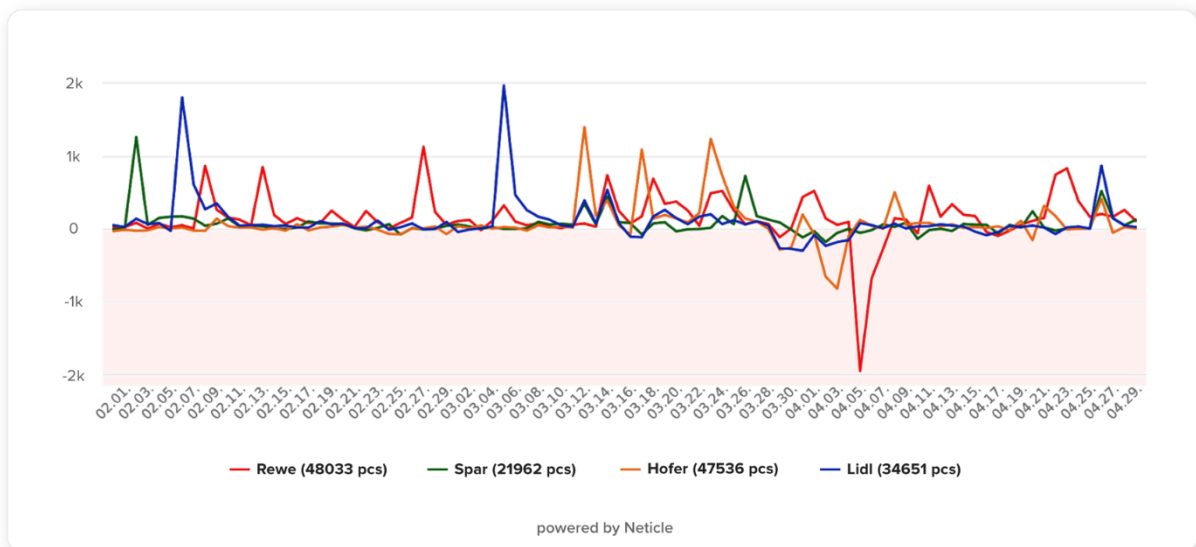


An aktiven Tagen lagen die Nennungszahlen zwischen 1000 und 2000, erreichten aber manchmal sogar über 3000

Welche Ereignisse verursachten die größten Spitzen bei den Erwähnungen jeder Marke?

- Am 3. Mai lief ein **Gewinnspiel auf der Facebook Seite von Spar** für Glade Produkte.
- Am 6. März **suchte Lidl Österreich nach Hoteltestern**, die zwei Nächte im Seehotel Bellevue gewinnen konnten.
- Am 1. April veröffentlichte **HOFER Österreich ein Videotutorial für DIY-Schutzmasken**.
- Am 6. April **gab BILLA bekannt**, dass MNS-Masken zu einem geringen Preis verrechnet werden.

Drei dieser Ereignisse fanden einen positiven Anklang, lediglich die kostenpflichtige Maskenabgabe bei Rewe wurde kontrovers diskutiert. Generell war die Stimmung während des Untersuchungszeitraums überwiegend positiv, obwohl es an manchen Tagen in den Kommentaren **auf der Seite von Hofer** kritische Wortwechsel gab, die sich aber nicht an das Unternehmen selbst richteten, sondern eher auf die unglückliche Pandemiesituation bezogen waren.



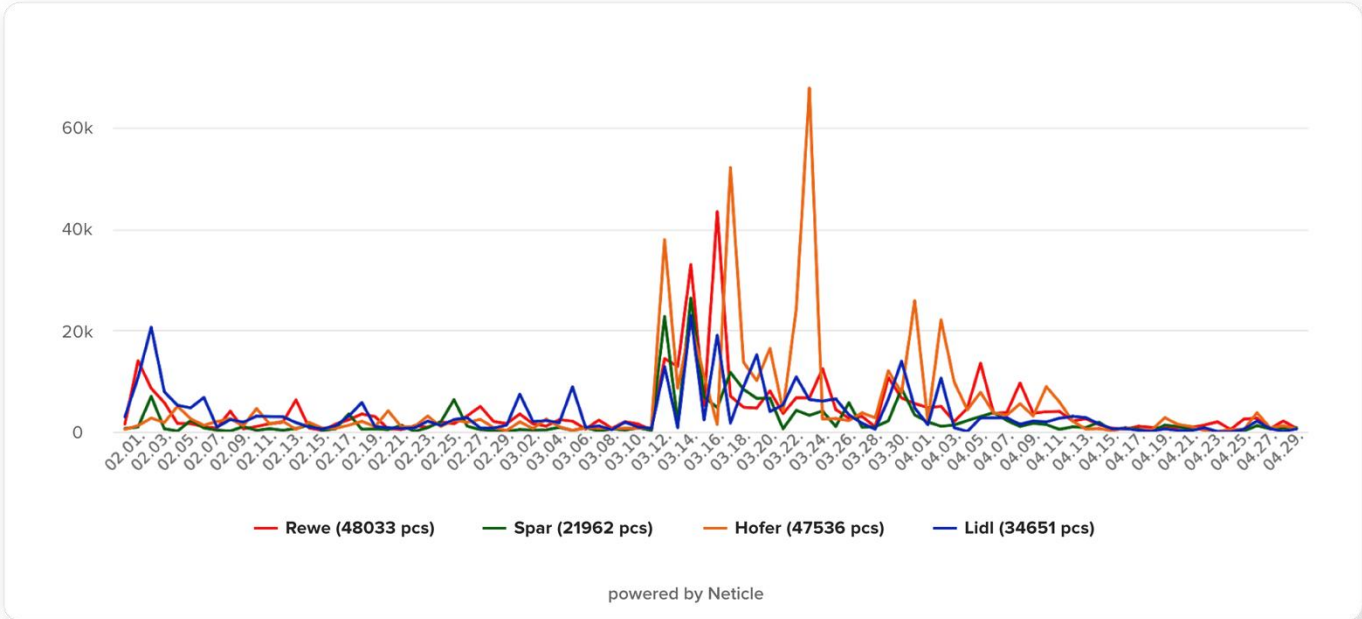
Trotz COVID blieb die Stimmung bis auf wenige Ausnahmen positiv

Was ist mit COVID-19?

Es kann bereits festgestellt werden, dass viele Beiträge sich rund um und mit COVID-19 beschäftigten, und als der Lockdown im März begann, nahmen die Erwähnungen definitiv zu. Die Nennungszahlen waren im gegebenen Zeitraum noch mehr oder weniger gleichmäßig verteilt. Das gilt jedoch **nicht für die Reichweite und Interaktionszahlen** (Likes, Kommentare und Teilen) der Beiträge.

Da viele Konsumenten aufgrund der COVID-Pandemie **zu Hause blieben** und viel **mehr Zeit vor dem Bildschirm verbrachten**, stieg Mitte März die Benutzerinteraktion sprunghaft an. Der andere Grund, warum die Interaktionszahl bei Lebensmittelgeschäften so stark zunahm, war, dass das Einkaufen von Lebensmitteln eine der wenigen Aktivitäten war, welche die Menschen noch machen konnten. Einer von **Hofer** Posts hatte die höchste Interaktionszahl:

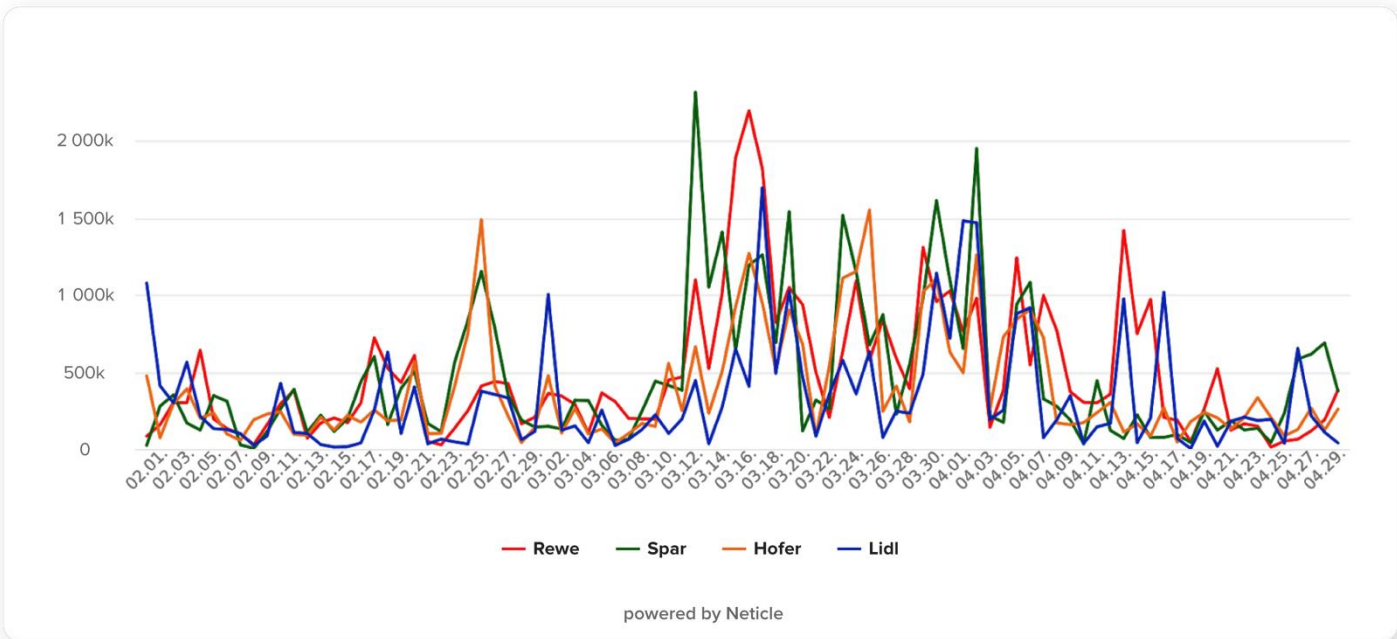
Am 24. März [kündigte Hofer an](#), dass die Geschäfte des Unternehmens schon ab dem 30. März um 18 Uhr schließen werden, damit die Mitarbeiter **mehr Zeit mit ihren Familien verbringen können**. Dies wurde positiv aufgenommen und machte den Tag zu einem ihrer positivsten Tage während des gesamten Untersuchungszeitraums.



Die Interaktionszahlen im März stellen die des restlichen Zeitraums in den Schatten

3

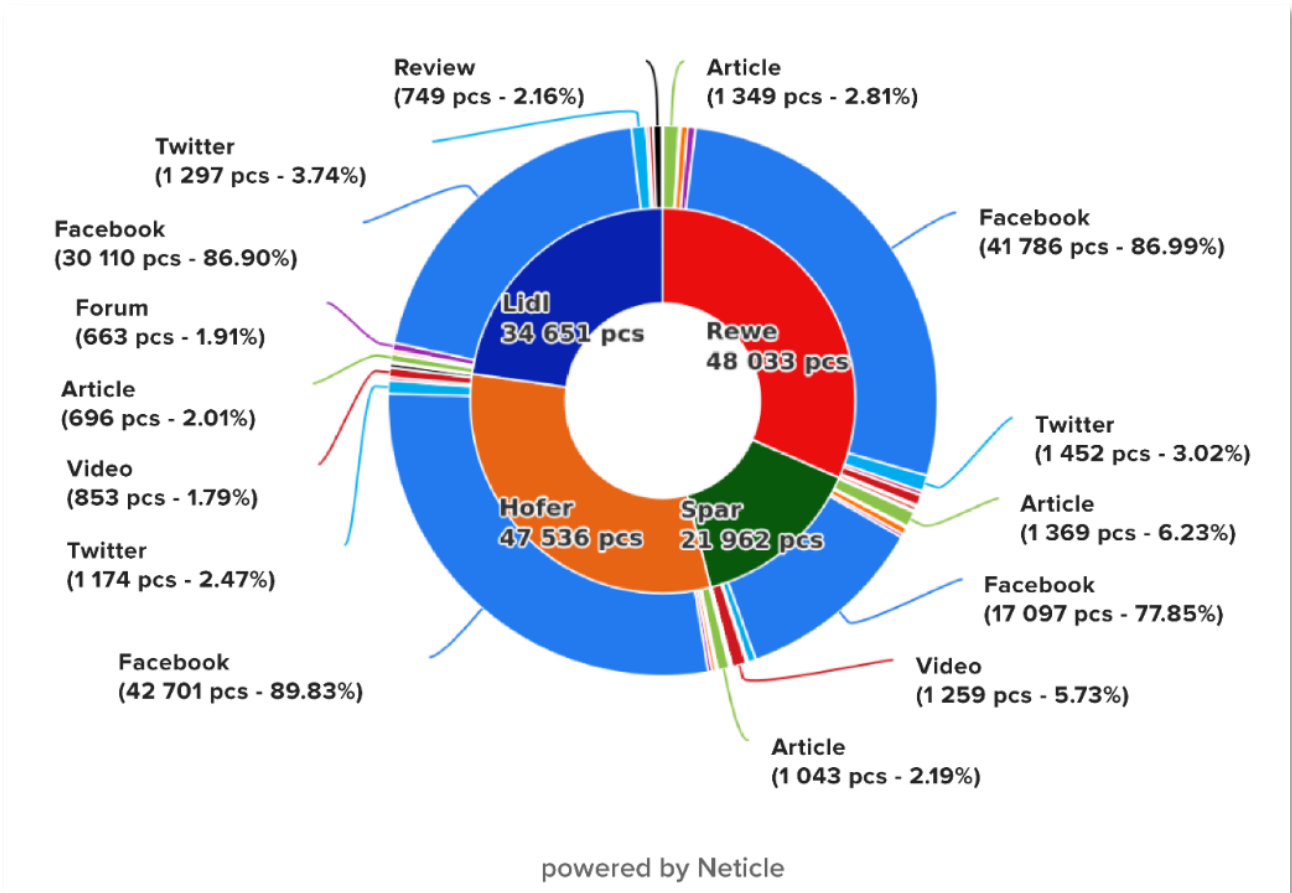
Die Daten zeigen, dass die Menschen zwar etwas weniger über Spar als über die drei Mitbewerber sprachen, die Themen über Spar jedoch immer noch große Menschenmengen erreichten: Am 13. März verzeichnet Spar die **höchste Reichweite des gesamten Zeitraums**.



Viel Interaktion führt normalerweise zu einer hohen Reichweite - bei den Lebensmittelketten war das nicht anders

Facebook war die wichtigste Plattform

Über 85% der Nennungen hatten Rewe, Hofer und Lidl auf Facebook, aber auch Spar war mit 78% nah dran. Im Fall von Spar machten Artikel und Videoinhalte gemeinsam fast 12% der Erwähnungen aus, während bei den anderen drei Marken Tweets etwa 3% der Erwähnungen betragen.



Im nächsten Monat stellt Neticle eine weitere Branchenanalyse zur Verfügung, bleiben Sie also dran! Mehr Informationen zu Neticle finden Sie unter www.neticle.at.