

+++ Agria +++ AL-KO +++ Bosch +++ DENQBAR +++ Draper Tools +++ Fiskars +++ FUXTEC +++ GARDENA +++ Hecht +++ Honda +++ Kärcher +++ Metabo +++ Stihl +++ TORO +++ u. weitere 86 Anbieter f. Gartengeräte

Studiensteckbrief

# Studie Social Media-Performance Gartengeräte 2022

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar  
VICO Research & Consulting GmbH, Leinfelden-Echterdingen

April 2022



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Social Media-  
Performance Gartengeräte 2022

**VICO**

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Unter den vier analysierten Social Media-Plattformen zählen Facebook und YouTube zu den beliebtesten. Plattformübergreifend beträgt der Nutzungsgrad bei den vier Plattformen 78 Prozent.
- Drei Unternehmen heben sich in Facebook ab mit mehr als einer Million Fans. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 94 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 50.000. Zwei Anbieter haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 50 Prozent gesteigert.
- Weniger als die Hälfte der 100 analysierten Anbieter von Gartengeräten betreibt einen offiziellen Account auf Twitter. Drei Anbieter verzeichneten jeweils mehr als 500 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Eine Marke liegt mit klarem Vorsprung an der Spitze der Instagram-Performance. Sie zeichnet sich aus durch eine hohe Anzahl an Abonnenten sowie zahlreiche Interaktionen wie Reaktionen, Kommentare oder Shares. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den analysierten Unternehmen 88 Beiträge gepostet. Einige Posts erzeugten mehr als 10.000 Likes.
- Neun der zehn im Gesamtranking führenden Unternehmen sind auf allen vier Plattformen aktiv.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Social Media-Plattformen:

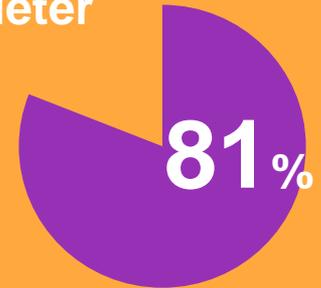
### Facebook



3 Anbieter mit  
>1 Mio. Fans



auf *Instagram*  
aktive Anbieter



**100 Anbieter  
von Gartengeräten  
in Social Media**

meiste Postings  
auf *Twitter*

@TROTEC24  
@BLACKANDDECKER  
@WORXTools



Ø 40,3



Videos auf *YouTube*

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **100 Anbieter von Gartengeräten**

auf den Social Media-Plattformen  
**Facebook, Instagram, Twitter, YouTube**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 128 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

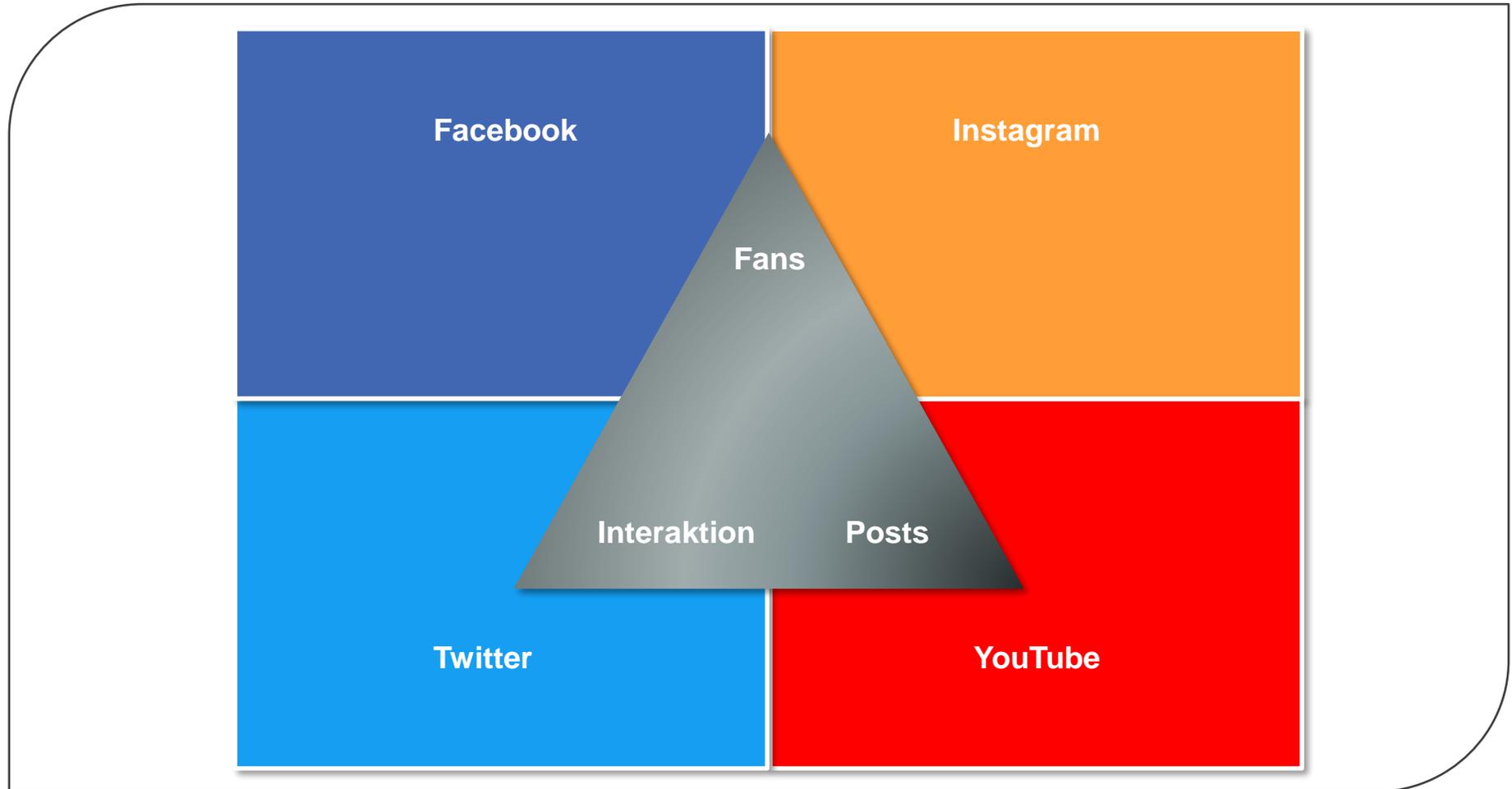
**Nutzen:** Benchmarks zur Social Media-Performance  
auf Anbieter- und Postingebe

## 100 analysierte Anbieter von Gartengeräten:

- ...
- Dolmar
- Draper Tools
- ECHO
- EGO Power
- Einhell
- Endress
- Ering-Gartentechnik
- Etesia
- FELCO
- Fiskars
- Flymo
- FUXTEC
- ...

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Unternehmen ihre Schwerpunkte, wo haben sie Schwächen?
- welche Marken zählen in den Social Media zu den Großen der Branche?
- welche Anbieter verzeichnen das stärkste Follower-Wachstum?
- welches sind die erfolgreichsten Posts und Videos?
- welche Marken zeichnen sich aus durch besonders viele beliebte Posts und Videos?
- welche Positionierung nehmen die 100 Unternehmen im Wettbewerbsvergleich ein?

## Forschungsdesign:

VICO als Social Media Monitoring-Anbieter stellt die Zahlenbasis für diese Studie, research tools berechnet die Social Media-Performance und stellt die Ergebnisse zusammen. Für 100 Anbieter von Gartengeräten wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 15. März 2021 - 14. März 2022 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im April 2022 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 128 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	13
➤ Facebook-Performance	25
Top 30 Anzahl Fans, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 10 und Low 10, Top 92 Facebook-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Instagram-Performance	48
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 81 Instagram-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts	
➤ Twitter-Performance	71
Top 30 Anzahl Follower, Top 30 Anzahl Tweets, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 10 und Low 10, Top 46 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets	

# Inhaltsverzeichnis

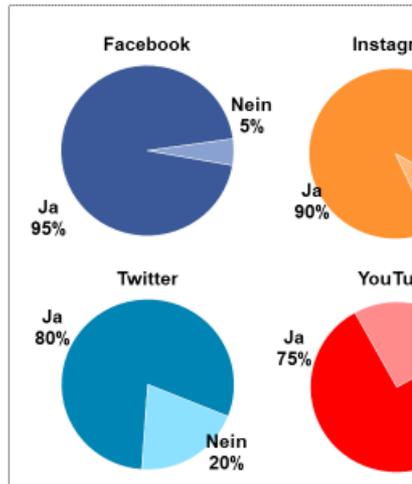
➤ YouTube-Performance	92
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 92 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos	
➤ Social Media-Performance	113
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen	
➤ Social Media-Positionierung	122
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	127

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Präsenz auf Social Media-Plattformen

Nutzungsgrad\* der Social Media-Plattformen



\* Anteil der Anbieter mit einem offiziellen Account auf der jeweiligen Plattform



**Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?**

### Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Follower	
		Anzahl	Index
16	Draper Tools	71.198	3
17	Husqvarna	5.208	
18	Makita	39.949	2
19	AS-Motor	2.260	
20	GARDENA	1.387	
21	Köppl	71.198	3
21	scheppach	5.208	
23	Worx	39.949	2
24	Bahco	2.260	
25	Yard Force	1.387	
26	STIGA	71.198	3
27	Grillo	5.208	
28	FUXTEC	39.949	2
29	ECHO	2.260	
30	Flymo	1.387	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieters zu den Kennzahlen aller Anbieter. Die Spalte eins ergibt sich aus Index  $\Sigma$ .



**Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?**

### Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	Yard Force	10. Jan. 2022	„[Achtung: Ab an die Hecke - Unser Gewinnspiel startet] Bei unserem Januar-Gewinnspiel könnt ihr eine von unseren...“	0,29	<a href="#">Link</a>
7	Yard Force	15. Nov. 2021	„[Achtung: Jetzt wird es laut - Unser Gewinnspiel startet] Bei unserem November Gewinnspiel könnt ihr eine ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
8	Keter	29. Nov. 2021	„Diese Woche dreht es sich bei unseren #KeterAdventswochen rund um unsere #Hochbeete und welches davon am ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
9	Westfalia	13. Okt. 2021	„??Handballfans aufgepasst! Gemeinsam mit Schwedens Nationalspieler Jim Gottfridsson ???? ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
10	Greenworks	07. Mär. 2022	„?? Gewinnspiel auf Facebook und Instagram ?? Diesmal habt ihr die Chance, einen Greenworks G40 ...“	0,29	<a href="#">Link</a>



Studie Social Media-Performance Gartengeräte 2022

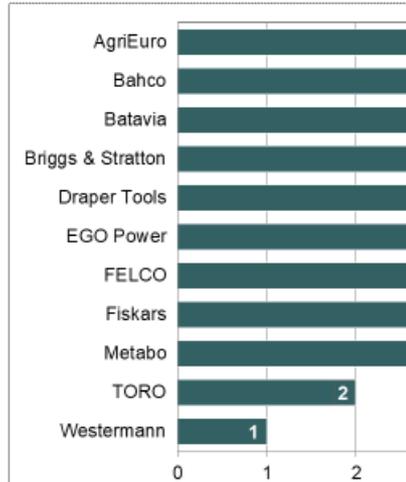


# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Twitter-Performance

Anzahl der Interaktionen pro Tweet und 1.000 Follower (Top 10)



Berechnung: Interaktionen / (Fans\*Posts) \* 1000, und mehr als 10 T...



### YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 30)

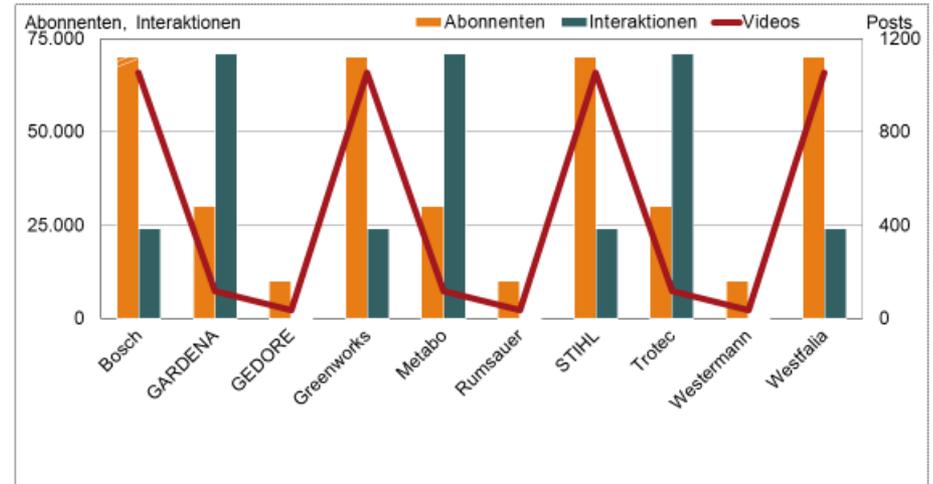
Rang	Anbieter	Anzahl
1	Westermann	138.000
2	Bahco	128.200
3	Greenworks	25.000
4	Conmetall Meister	15.500
5	FELCO	14.900
6	Agria	14.900
7	Simplicity	12.000
8	Makita	10.000
9	scheppach	10.000
10	Robomow	10.000
11	Honda	1.800
12	Wematik	1.800
13	McCulloch	1.700
14	Ambrogio	1.700
15	STIGA	1.700



Welche Marken sind bei YouTube erfolgreich?

### YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten, Posts, Interaktionen der Top 10 Anbieter bei YouTube



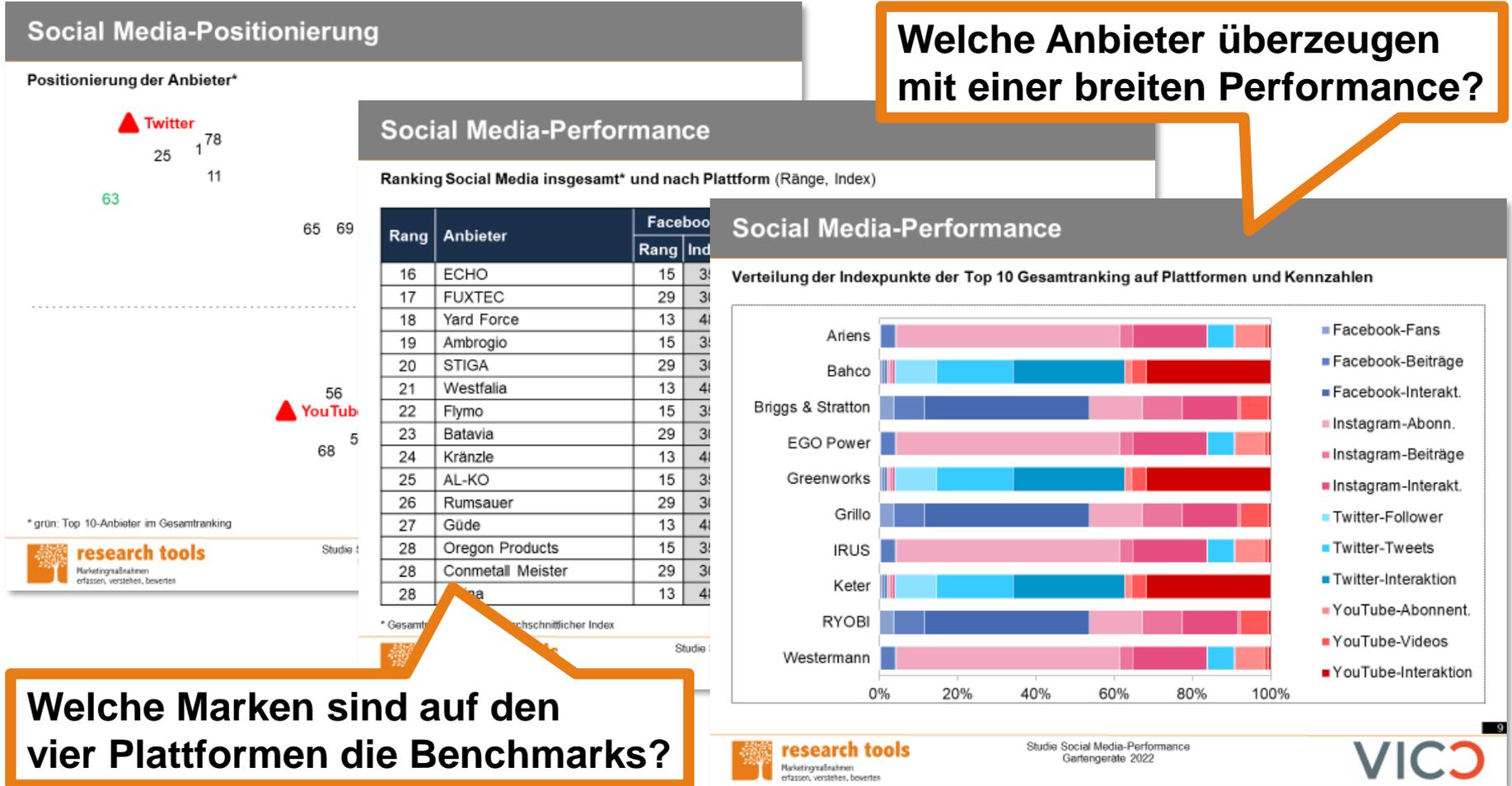
Studie Social Media-Performance Gartengeräte 2022



Welcher Anbieter hat die beliebtesten Tweets?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Social Media-Performance Gartengeräte 2022.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

## Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



### Bettina Schneiderhan

Sales Consultant

Tel. +49 (0)711 78 78 29 701

[bettina.schneiderhan@vico-consulting.com](mailto:bettina.schneiderhan@vico-consulting.com)

VICO Research & Consulting GmbH

Friedrich-List-Straße 46

70771 Leinfelden-Echterdingen

VICO ist bei seiner Gründung im Jahr 2005 das vierte Social Media Monitoring-Unternehmen weltweit.

Ebenfalls seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.



### Uwe Matzner

Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 – 55090381

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools, [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Weitere Studien zur Branche Gartenbedarf:

- Studie eVisibility Gartenmaschinen 2021
- Werbemarktanalyse Baumärkte und Gartencenter 2021
- Studie eVisibility Gartenbedarf 2020
- Werbemarktanalyse Gartenmaschinen und -werkzeuge 2020
- Studie eVisibility Gartenmaschinen 2019

