

+++ Acana +++ Brit +++ Cesar +++ Felix +++ Hill's +++ Josera +++ Pedigree +++ Sheba +++ Terra canis ++
+ Vet-Concept +++ Vitakraft +++ Whiskas +++ Wildcat +++ Yarrah +++ u. weitere 86 Marken für Tiernahrung

Studiensteckbrief

Studie Social Media-Performance Tiernahrung 2021

erarbeitet von:

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

Dezember 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Unter den vier analysierten Social Media-Plattformen zählen Facebook und Instagram zu den beliebtesten. Plattformübergreifend beträgt der Nutzungsgrad bei den vier Plattformen 79 Prozent.
- Drei Unternehmen heben sich in Facebook mit mehr als einer Million Fans ab. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 125 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 16.000. Mehrere Marken haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als zehn Prozent gesteigert.
- Knapp die Hälfte der 100 analysierten Marken für Tiernahrung betreibt einen offiziellen Account auf Twitter. Zwei Marken verzeichneten jeweils mehr als 1.000 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Eine Marke liegt mit deutlichem Vorsprung an der Spitze der Instagram-Performance. Sie zeichnet sich aus durch eine hohe Anzahl an Abonnenten sowie zahlreiche Interaktionen wie Reaktionen, Kommentaren oder Shares. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den analysierten Marken 140 Beiträge gepostet. Einige Posts erzeugten mehr als 10.000 Likes.
- Neun der zehn im Gesamtranking führenden Marken für Tiernahrung sind auf allen vier Plattformen aktiv.

Informationen zur Studie

Key Facts der Social Media-Plattformen:

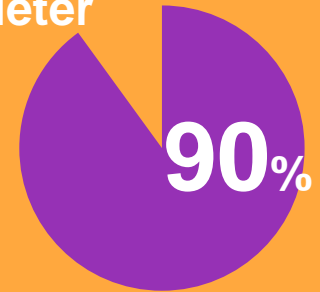
Facebook



3 Anbieter mit
>1 Mio. Fans



auf *Instagram*
aktive Anbieter



100

**Marken für Tiernahrung
in Social Media**

meiste Postings
auf *Twitter*

@CatsLikeFelix
@Purina
@RoyalCanin



Ø 6,9



Videos auf *YouTube*

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **100 Marken für Tiernahrung**

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**

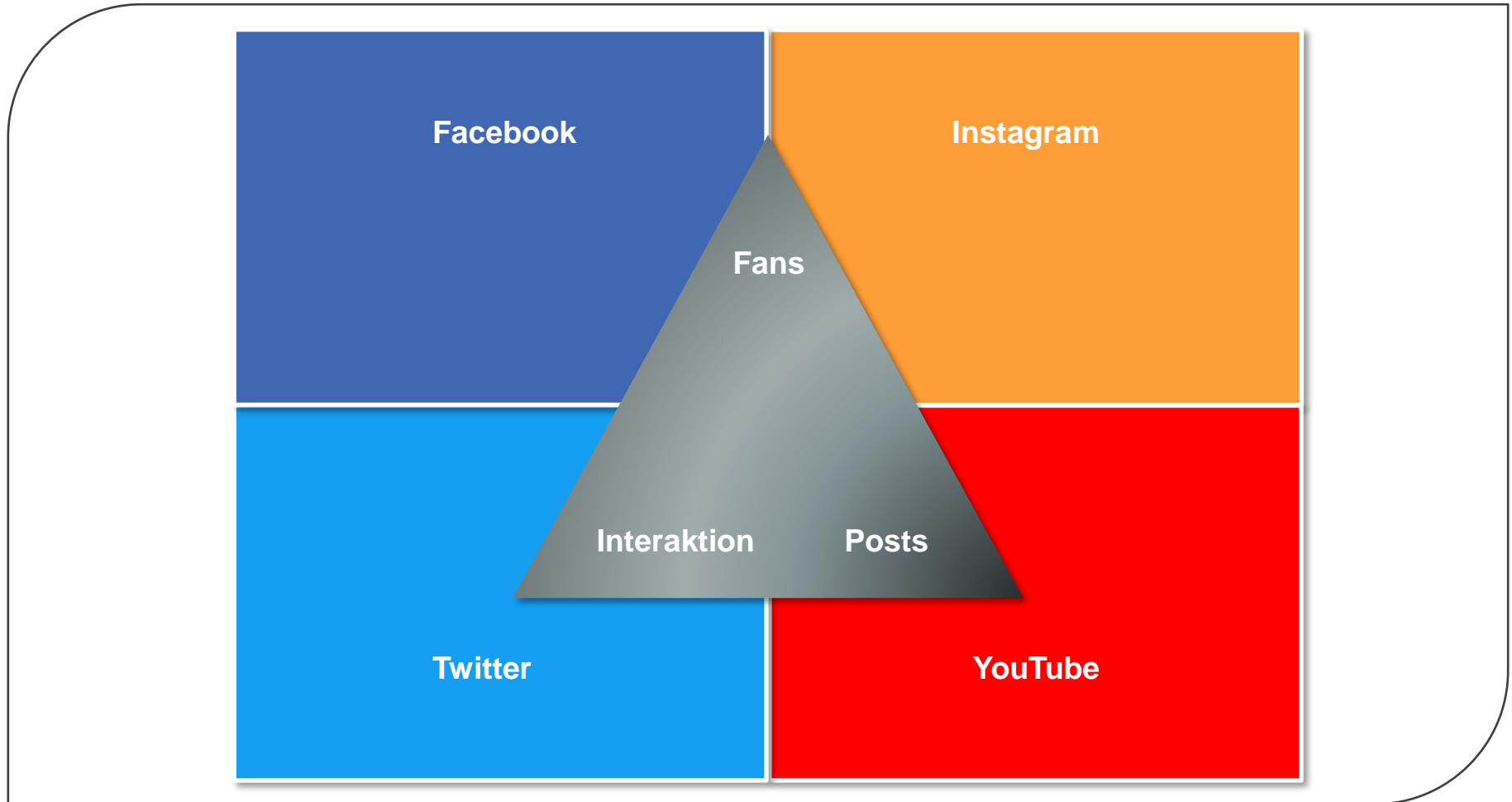
Nutzen: Benchmarks zur Social Media-Performance
auf Anbieter- und Postingebe

100 analysierte Marken für Tiernahrung:

- Acana
- Agrobs
- Allco Petfood
- Almo nature
- alsa
- ANIfit
- AniForte
- Animonda
- Applaws
- AquaEL
- Belcando
- Beneful
- BEWITAL
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche Marken für Tiernahrung sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Anbieter 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 Anbieter zeichnen sich aus durch besonders viele beliebte Posts und Videos?
- welche Positionierung nehmen die 100 Marken für Tiernahrung 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 Marken für Tiernahrung wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 08. November 2020 bis 07. November 2021 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Dezember 2021 erschienen.

Preis der Studie: Die 128 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 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 98 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 90 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 48 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets	

Inhaltsverzeichnis

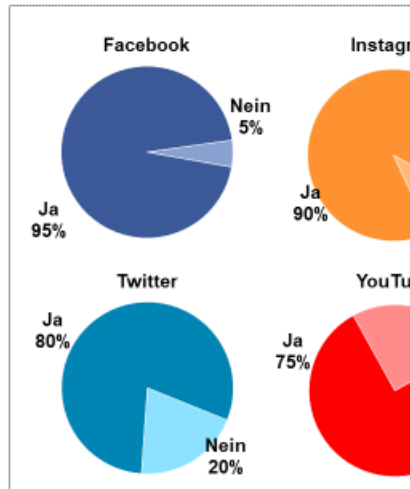
➤ YouTube-Performance	92
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 81 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in 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



Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?

Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Follower	
		Anzahl	Index
16	Happy Dog	71.198	3
17	Brit	5.208	
18	Terra canis	39.949	2
19	Catit	2.260	
20	Josera	1.387	
21	FRESCO	71.198	3
21	MjamMjam	5.208	
23	PETS DELI	39.949	2
24	Cat's Love	2.260	
25	The Goodstuff	1.387	
26	GimCat	71.198	3
27	Sanicat	5.208	
28	Exo Terra	39.949	2
29	Dr. Berg Tiernahrung	2.260	
30	Bozita	1.387	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieter Spalte eins ergibt sich aus Index Σ



Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	Müllers's Naturhof	19. Okt. 2021	„***Gewinnspiel*** Der Herbst ist endlich da - die Blätter färben sich bunt und die gemütliche ...“	0,29	Link
7	Agrobs	17. Mär. 2021	„?? ?? GEWINNSPIEL! GEWINNSPIEL! ?? ?? Gewinne mit ein bisschen Glück 1 von 3 AGROBS®-Sportpaketen! ...“	0,28	Link
8	Müllers's Naturhof	13. Aug. 2021	„Schaut doch mal bei uns in der Story vorbei. Passend zum sonnigen Wochenende, verlosen wir am heutigen...“	0,27	Link
9	Müllers's Naturhof	12. Aug. 2021	„Wart ihr dieses Jahr schon im Urlaub oder habt es noch vor? ?? Was darf bei euch und euren ...“	0,26	Link
10	Müllers's Naturhof	16. Aug. 2021	„Wir wünschen Euch einen guten Start in die neue Woche. ?? Wie habt ihr das Wochenende verbracht? ...“	0,25	Link



Studie Social Media-Performance
Tiernahrung 2021

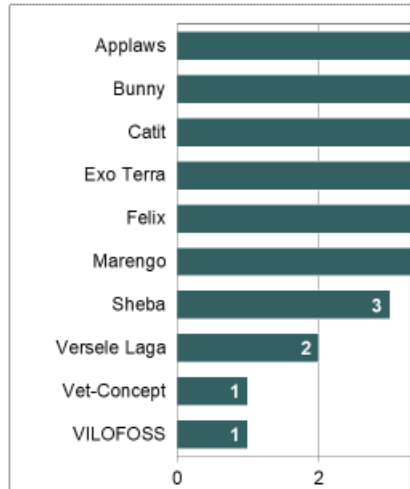


Analysebeispiele (2)

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...



Welcher Anbieter hat die beliebtesten Tweets?

YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 30)

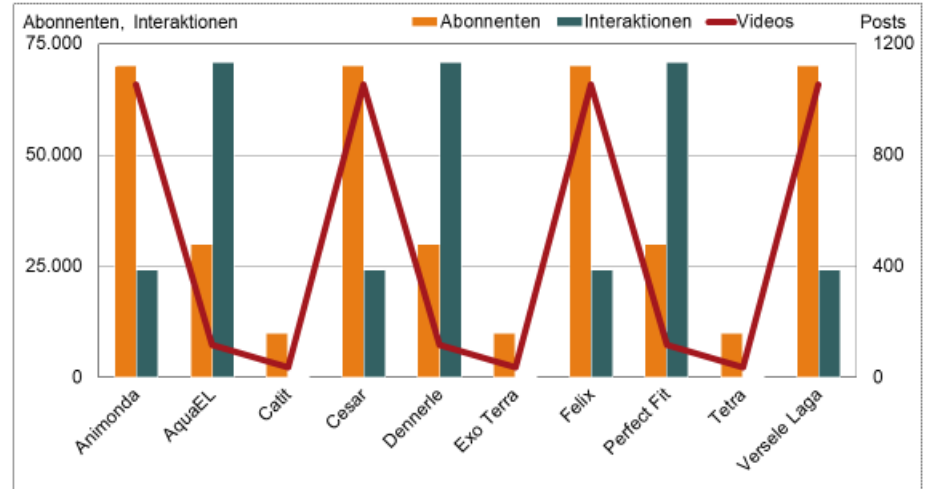
Rang	Anbieter	Anzahl
1	Dennerle	38.000
2	Exo Terra	28.200
3	Cesar	25.000
4	Felix	15.500
5	Tetra	14.900
6	AquaEL	14.900
7	Stendker	12.000
8	Versele Laga	10.000
9	Catit	10.000
10	Almo nature	10.000
11	Vet-Concept	1.800
12	Dreamies	1.800
13	Trixie	1.700
14	Pedigree	1.700
15	Royal Canin	1.700



Welche Marken sind bei YouTube erfolgreich?

YouTube-Performance

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



Studie Social Media-Performance Tiernahrung 2021



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

FAX: +49 (0)711 – 55090384

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

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Social Media-Performance Tiernahrung 2021.

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

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

research tools, www.research-tools.net

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Weitere Studien zur Tierbranche:

- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2021
- Werbemarktanalyse Tierfutter 2020
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2019
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2017
- Studie eVisibility Tierbedarf 2016
- Marketing-Mix-Analyse Hundetrockenfutter 2015

