



Edeka kommt im Web 2.0 gut weg

Mittwoch, 28.07.2010



Auf Social-Media-Plattformen genießt Edeka ein gutes Image.

ohallmann

LZnet/kit. Edeka vermittelt bei Internetnutzern ein deutlich besseres Image und Einkaufserlebnis als Konkurrent Rewe, so eine aktuelle Web-Monitoring-Studie der Münchener Conslin AG. Auf Social-Media-Plattformen im Internet bewerten 82 Prozent der User das Lebensmittelsortiment des größten deutschen Einzelhändlers positiv. Wettbewerber Rewe kommt im Web dagegen vor allem mit seinen

Eigenmarken gut weg.

Die Marktforscher haben zwischen Januar und April 2010 Web 2.0-Angebote wie Online-Foren, Leser-Kommentare von Nachrichten-Websites, Soziale Netzwerke und Weblogs auf Aussagen zu beispielhaft ausgewählten Lebensmitteleinzelhändlern und FMCG-Herstellern untersucht.

Anzeige

Beiden Einzelhändlern gaben Internetnutzer in ihren Beiträgen ähnlich gute Noten für das Preisniveau und die Kompetenz im Frischesortiment. Bei der Beurteilung des Preis-/Leistungsverhältnisses hat aber Edeka die Nase vorn, während die Kölner Rewe mit ihren Eigenmarken mehr überzeugt.

Von 237 Meldungen mit insgesamt 380 Aussagen über Edeka wertete Conslin 67 Prozent als positiv, 25 Prozent als negativ. Über Rewe wurden 284 Beiträge mit 406 Aussagen analysiert. 57 Prozent fielen positiv, 27 Prozent negativ aus, so die Marktforscher aus München. Bei beiden Unternehmen wurden von den Verbrauchern im Netz am häufigsten die Themen Image/Einkaufserlebnis, Lebensmittelsortiment und Preisniveau diskutiert.

Bei den Markenartikeln überzeugt in der Untersuchung Dr. Oetker mit der Produktqualität der Pizzas, die sogar das als hoch empfundene Preisniveau kompensiert. Bei Nestlé hingegen wird die Gesamtbeurteilung der Kaffeeprodukte durch Kritik an den Preisen negativ beurteilt, so Conslin. Bei beiden Unternehmen spielten in der Nutzerdiskussion die Themen Werbung und Promotions kaum eine Rolle.

Foto: *Bestimmte Rechte vorbehalten*