



Foto: © Edeka

Die Edeka-Kampagne kommt im Social Web gut an.

Edeka und Rewe punkten in Social Media

veröffentlicht am 20.08.2010 um 16:00 Uhr · Media & Marktforschung · Artikel

Online-Foren und Social-Communities werden auch bei Lebensmittelbewertungen wichtiger. Laut einer **Web-Monitoring-Studie** der Conslin AG können Edeka und Rewe mit Sortiment und Eigenmarken im Web 2.0 punkten.

82 Prozent der Online-Foren bewerten das Edeka-Lebensmittelsortiment positiv. Somit belegt es im deutschen Lebensmitteleinzelhandel den ersten Platz und findet bei Verbrauchern Anerkennung. Auch die Edeka-Werbekampagne mit dem Spruch „Wir lieben Lebensmittel“ kann bei den Verbrauchern punkten. Beim Konkurrenten Rewe werden vor allem die Eigenmarken und ihr Preis-/Leistungsverhältnis hervorgehoben. Die Kompetenz beim Frischesortiment wird von den Internetnutzern für beide führenden Lebensmittelhändler ähnlich hoch eingeschätzt.

Unter den Markenartikeln überzeugt Dr. Oetker mit der Qualität seiner Pizzas. Bei Nestlé hingegen wird die Gesamtbeurteilung der Kaffeeprodukte durch Kritik an den Preisen negativ beeinflusst. Dabei spielen Beiträge in Online-Foren oder Social Communities eine immer entscheidendere Rolle bei der Produkt-, Marken- und Einkaufsstättenwahl, so die Studienautoren.

Die Studie analysiert Meinungen und Trends in Online-Quellen zu Einzelhändlern sowie Markenartikeln und gibt konkrete Handlungsempfehlungen für die strategische Positionierung sowie Marketing- und Vertriebsarbeit.

STUDIENDATENBANK



Weitere Studien, Marktzahlen, Analysen und Prognosen finden Sie in unserer **Studiendatenbank**.
Die täglich

aktualisierte W&V-Datenbank umfasst mehr als 1000 Analysen zu Märkten, Medien und Zielgruppen.