

22.06.2015 - 13:15 Uhr

JOM-Studie: Starke Präsenz von Bio-Marken im Social Web - Digitales Bewegtbild in der Kommunikation bleibt ungenutzt

Hamburg (ots) -

Bio boomt: Die Nachfrage nach biologisch produzierten Lebensmitteln wächst immer weiter. Für Konsumenten geht es dabei längst nicht mehr nur um Gesundheit und Nachhaltigkeit, sondern auch um Informationen, Vertrauen und Transparenz. Soziale Medien haben sich in vielen anderen Branchen bereits als wichtige Kommunikationskanäle etabliert, um genau diese Werte erlebbar zu machen und mit den Kunden in Kontakt zu treten. Doch wie agiert die Bio-Branche im Social Media-Bereich? Nutzt sie das vorhandene Potential, sich in diesen interaktiven Kanälen zu positionieren und den Dialog mit den Kunden zu suchen? Diese Fragen untersuchte die Hamburger Agentur JOM in einer Analyse der Social Media-Aktivitäten (deutsche Kanäle) führender Unternehmen der Bio-Lebensmittelbranche mit folgendem Ergebnis: Die Bio-Lebensmittelmarken sind unterschiedlich stark im Social Web vertreten, fast alle kommunizieren über Facebook mit ihren Fans, mehr als die Hälfte ist auf YouTube präsent, weitere Kanäle wie Twitter, Google+ oder Instagram spielen eine deutlich geringere Rolle.

Die meisten Facebook-Fans haben die großen Marken wie beispielsweise Alnatura und Sonnentor. Auch auf YouTube führen sie die Riege an, wenn auch auf einem allgemein geringen Niveau. Die aktivsten und engagiertesten Facebook-Fans, die häufig mit einer Seite interagieren, besitzen Sarah Wiener, Barnhouse und Sonnentor. Hier schaffen es die Unternehmen, gute Inhalte zu posten, die die Fans interessieren und zu Interaktionen anregen. Am häufigsten kommt relevantes Bildmaterial zum Einsatz, den aktuellen Trend, in der Kommunikation stärker auf digitales Bewegtbild zu setzen, vernachlässigen fast alle Unternehmen. Das zeigt sich auch beim Blick auf die YouTube-Präsenzen: Abonnentenzahlen und Videoaufrufe sind hier stark ausbaufähig.

Social Media-Kanäle lassen sich nicht nur für Produktinformationen nutzen, sondern es besteht die Möglichkeit des Kundensupports und des In-Kontakt-Tretens mit den Facebook-Fans. Dies nutzen jedoch nicht alle untersuchten Unternehmen: Alnatura, Andechser, Byodo, Sarah Wiener, Bauckhof und Pukka Herbs reagieren schnell und kompetent auf Fragen, die Facebook-User ihnen stellen, bei allen anderen Unternehmen ist der Support verbesserbar.

Die Management Summary der Analyse zu den Social Media-Aktivitäten führender Unternehmen der Bio-Lebensmittelbranche kann unter www.jomhh.de kostenlos heruntergeladen werden.

Über das Unternehmen:

JOM kombiniert die Leistungen einer auf nachhaltig höchste Budgeteffizienz positionierten Mediaagentur mit dem Angebot einer konsequent auf Performancemarketing spezialisierten Digitalagentur. JOM wurde 1997 von Michael Jäschke gegründet und beschäftigt in der Hamburger HafenCity 55 Mitarbeiter. JOM ist inhabergeführt, unabhängig und fokussiert auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit den beiden operativen Firmen JOM Jäschke Operational Media GmbH und JOM com GmbH sowie rund 180 Mio. EUR Billings gehört JOM zu den Top 4 der inhabergeführten Mediaagenturen in Deutschland. Im Online-Markt behauptet JOM die Top 2 Position und zählt mit der JOM com zu den Top 5 Performancemarketing Agenturen.

Zu den Kernkompetenzen zählen Mediaberatung in allen On- und Offline-Medien, Performance-Marketing, Content-/Social-Media-Marketing, Online-/Public-Relations, Online-Kreation, Regionalmarketing sowie als Basis jede Form von strategischer Planung.

JOM arbeitet nach dem selbstentwickelten, wissenschaftlich fundierten Prinzip der Hybrid Marketing Communication. Es steht nur JOM-Klienten zur Verfügung. Damit kann die Agentur für jede individuelle Aufgabe die optimale Kombination aus allen denkbaren Kommunikationskanälen zusammenstellen, im Online-Bereich integriert auch mit Content füllen und so ihren Klienten ein Höchstmaß an nachhaltiger Budgeteffizienz garantieren.

Kontakt:

Nadja Bachmann
JOM (JOM Jäschke Operational Media GmbH, JOM com GmbH)
Tel: 040-27822-0
Email: nadja.bachmann@jomhh.de
Web: <http://www.jomhh.de>