

BRANCHEN

Web2Watch – Marken im Online-Check

63.304

Postings gab es in den vergangenen zwölf Monaten zu Babyprodukten.

IDEE & ANALYSE Marken im Web

Österreichische Konsumenten posten jährlich sechs Millionen Meinungen zu Marken, dazu kommen noch weit über 100 Millionen „private“ Postings. All diese beobachtet OGM mit Web2Watch laufend. Der Online-Check ist keine Umfrage, sondern zeigt, in welcher Art und wie häufig über Marken in Social Media gesprochen wird.

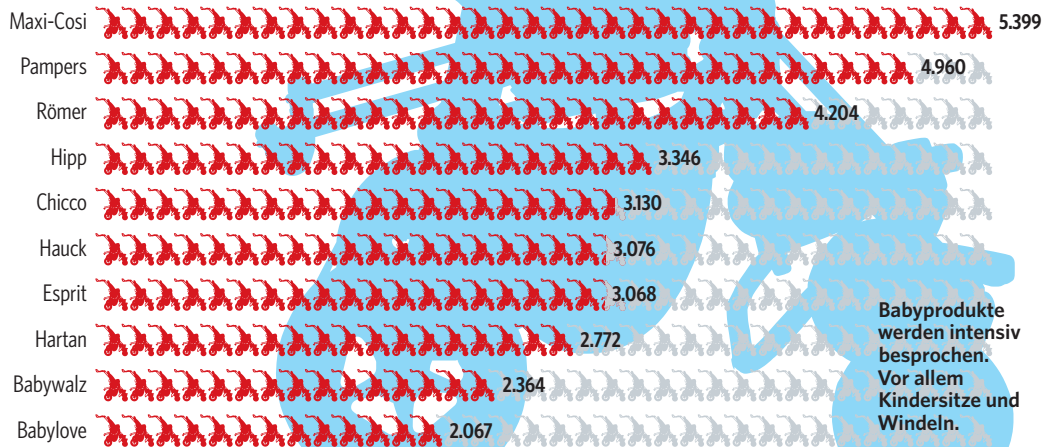
Weitere Branchen-Ergebnisse:
www.format.at

Detailanalysen der Branchen:
www.ogm.at

Nächste Woche im Check:
Automarken

„Du hast höchstens den Porsche unter den Kinderwägen. Der Ferrari ist eindeutig der Bugaboo.“

„lady_delish“, auf www.eltern-forum.at



Babyprodukte werden intensiv besprochen. Vor allem Kindersitze und Windeln.

ÜBERBLICK Vielfältig sauber

Frischgebackene Eltern suchen heute nicht mehr ausschließlich bei frischgebackenen Großeltern Rat, wenn es um ihr Baby geht. Zu jedem Thema, das irgendwie mit frühkindlicher Entwicklung zu tun hat, gibt es Ratgeberbücher. Vor allem aber bieten die unzähligen Onlineforen mittlerweile Hilfestellung und Erfahrungswerte zu verschiedenen Produkten.

Denn wenn es um ihr Baby geht, gehen die Österreicher bei jedem Einkauf auf Nummer sicher. Von der Windel bis zum Schnuller, von der Kuschedecke bis zum Kindersitz vertrauen sie vor allem Markenprodukten wie Bugaboo oder Maxi-Cosi. Auf Kritik, wie sie etwa den Baby-nahrungshersteller Hipp im vergangenen Jahr wegen irreführender Werbeaussagen betraf, reagieren die Konsumenten allergisch. Wie in vielen Bereichen versuchen auch die Hersteller von Babyprodukten zunehmend auf Bio-Produkte zu setzen und, wie etwa der Schnullermarktführer MAM, auf Produktinnovationen in Sachen Design.



BABYPRODUKTE

Auf Nummer sicher gehen

Eltern sorgen sich für ihre Kinder um Qualität und Verträglichkeit.

Junge Eltern und insbesondere junge Mütter zählen zu den aktivsten Zielgruppen in den Social Media. Da sie immer nur das Beste für ihre Kinder wollen, tauschen sie sich im Internet – fernab klassischer Werbung – intensiv über Kindersitze, Kinderwägen sowie Nahrung, Kleidung, Cremes, Möbel und andere Artikel für Babys aus. Nicht zuletzt deshalb gehören Elternforen wie parents.at zu den meistfrequentierten Plattformen Österreichs. In Tausenden Beiträgen wird über Sicherheit und Gesundheit debattiert. Aber auch Diskussionen über Preise, Designs und persönliche Produkterfahrungen haben messbaren Einfluss auf Kaufentscheidungen. Anbieter mit einer umfassenden Social-Commerce-Strategie schaffen es immer öfter, ihre Produkte gleich direkt im Internet zu verkaufen.

SOCIAL-MEDIA-EXPERTEN: Philip Thom (l.) und Alexander Banfield-Mumb, OGM.

EINE KOOPERATION MIT
OGM

RANKING

Die Topliste zeigt, bei welchen Marken die positiven Aussagen die negativen am deutlichsten überwiegen. Bei den Flops wiederum überwiegen die negativen Aussagen.

