

Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH · Falkenstraße 11 · D-23564 Lübeck
Telefon 04 51 / 7 06 55-0 · Telefax 0451 / 7 06 55-20
E-mail info@luebeck.org · Internet <http://www.luebeck.org>

Offener Dialog durch Social Media in der norddeutschen Ernährungswirtschaft

Lübeck, 11.02.2011

Die ansässigen Branchenunternehmen tagen am 17. Februar 2011 beim 5. Trendtag der norddeutschen Ernährungswirtschaft in Lübeck zum Thema Web 2.0.

Alle Welt spricht vom Twittern, Posten und Bloggen. Doch was verbirgt sich eigentlich hinter den Begriffen? Was erfahren Unternehmen im Web 2.0 über ihre Zielgruppen? Ebenso stellt sich die Frage, welche Informationen Verbraucher über die Erzeugnisse der deutschen Ernährungswirtschaft in der Welt des Social Media bereitgestellt bekommen.

In Zeiten von durch Nahrungsmittelskandale verunsicherten Verbrauchern eröffnet das Social Web Möglichkeiten einer offenen Kommunikation über die Zusammensetzung der Inhaltsstoffe und ihrer Herkunft. Wie ein Unternehmen durch Social Media, vielmehr durch einen lebendigen Blog, es schafft, transparent mit Verbrauchern in einen offenen Dialog zu treten, berichtet Friederike Ahlers, Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der FRoSTA AG.

Was Unternehmen wiederum im Social Media Dialog über Ihre Kunden und deren Bedürfnisse erfahren, zeigt der Vortrag von Prof. Dr. Martin Grothe auf, Geschäftsführer der complexium GmbH in Berlin und ausgewiesener Experte auf dem Feld der Social Media Marktforschung.

Ansprechpartnerin:
Marie von Maltzahn
Tel. 04 51 / 7 06 55- 471
Fax 04 51 / 7 06 55-20
vonmaltzahn@luebeck.org

Dass sich hinter den Aktivitäten von Unternehmen im Social Web viele Chancen (aber auch Risiken) verbergen, bringt Nico Lumma, Director Social Media der Agentur Scholz & Friends, den Tagungsteilnehmern nahe. Sein Ansatz in einem nachmittäglichen

Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH · Falkenstraße 11 · D-23564 Lübeck
Telefon 04 51 / 7 06 55-0 · Telefax 0451 / 7 06 55-20
E-mail info@luebeck.org · Internet <http://www.luebeck.org>

Workshop wird vor allem sein, mit zahlreichen Best Practice Beispielen wie Subway, CapriSonne, Rügenwalder und Nutella Vorbehalte gegenüber dem Eintritt in die Welt des Social Media abzubauen.

In einem weiteren Workshop „Social Cooking“ werden die Unternehmensvertreter mit einem erfahren Bio-Profikoch selbst Rezepte zubereiten und so in die Rolle der Verbraucher versetzt. Sie verwenden Zutaten und bewerten Ihre Qualität, Zusammensetzung und Anwendungsmöglichkeit, und sind aufgefordert, diese im Anschluss in einem Kochportal online zu posten. Alle Arbeitsschritte werden festgehalten und anschließend im Internet bereitgestellt, um auch der Online-Welt die Chance zum Kommentieren und Nachkochen zu geben.

„Die vorwiegend traditionell und inhabergeführten Unternehmen des Branchennetzwerks foodRegio haben keine Berührungängste mit Trendthemen wie Social Media und sind sehr interessiert an den neuen Impulsen des Web 2.0“, so *Björn Jacobsen*, Prokurist der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH und Vorstandsmitglied des Branchennetzwerks foodRegio e.V..

Unter Federführung der Brancheninitiative foodRegio findet der Trendtag der norddeutschen Ernährungswirtschaft in diesem Jahr zum fünften Mal statt. Mit getragen wird die Veranstaltung durch foodactive, die Ernährungsinitiative in der südlichen Metropolregion Hamburg, und die Geschäftsstelle der Metropolregion Hamburg, die die Vernetzung der Ernährungswirtschaft in der Region aktiv unterstützt. Der Trendtag wird wie immer Impulse setzen und anregen, über neue Trends und die Umsetzung im eigenen Geschäftsfeld nachzudenken.

Ansprechpartnerin:
Marie von Maltzahn
Tel. 04 51 / 7 06 55- 471
Fax 04 51 / 7 06 55-20
vonmaltzahn@luebeck.org

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.foodregio.de www.foodactive.de
<http://metropolregion.hamburg.de>