

**NETSTUDIEN**  
Infos on demand

## Netstudien - Der Infobroker für Internet Trends

- Aktuelle Trends, Best Cases, Studien und vielversprechende technische Weiterentwicklungen für Agenturen und Internetabteilungen in Firmen.
- Monatliche Trends aus dem Bereich Social Media, Video, Online-Shopping, Usability, Internet-Weiterentwicklungen, Mobile (Apps für iPhone, iPad, Android) und Mobile Marketing
- Individuelle Recherchen zu jedem Thema. Für den Pitch, für das Brainstorming oder die Gestaltung einer neuen Kampagne.
- Outsourcen Sie Ihre Recherche-Abteilung

**Referenzen:** u.a. Clicktivities, Denkwerk, Framfab/ LBI, Planetactive/ OgilvyOne, bplust, Wysiwyg, Sinner Schrader, Elephant Seven, Jung v. Matt/ next, Antwerpes

---

[Home](#) [Preise](#) [Kontakt](#)

[Internet/Trends](#) [Branchen](#) [Themen](#) [Schulungen](#) [Recherchen/Journalisten](#)

[Downloads](#)

---





### **Kundenrecherche: Lebensmittelportale im Internet**

- Analyse der wichtigsten internationalen Portale im Bereich Kochen, Rezepte und Lebensmittel
- Generierung von Best Practice Ansätze für die Gestaltung eines neuen Portals
- Untersuchung nach Themen wie Content, Kundenbedürfnisse, Usability, Web 2.0, Mobile, Finanzierung, Reichweiten und Kampagnen
- Gewichtung der Funktionalitäten nach Kriterien
- Empfehlungen für die Gestaltung des neuen Portals

Beispiel: Folgende Seite

## Sie benötigen einen besseren Durchblick??

Wenn Sie genauer hinschauen wollen genügt eine Email an [webmaster@netstudien.de](mailto:webmaster@netstudien.de) und Sie erhalten mehr Infos umgehend zugesandt. Völlig kostenfrei.

	Food Network	Allrecipes	About.com Food & Drink	Kraft Foods
Bewertungsstufen Blau = über dem Durchschnitt rot = unter dem Durchschnitt				
URL	<a href="http://www.foodnetwork.com/">http://www.foodnetwork.com/</a>	<a href="http://www.allrecipes.com/">http://www.allrecipes.com/</a>	<a href="http://www.about.com/food/">http://www.about.com/food/</a>	<a href="http://www.kraftfood.com/">http://www.kraftfood.com/</a>
	Television Food Network	(Readers Digest)	The New York Times Company	Kraft Foods Inc.
Profil	<b>Website einer TV-Gruppe mit zahlreichen TV-Kochshows.</b> The most visited online food and cooking destination for the third year in a row, per Nielsen Online. Looking at the monthly unique audience figures for the top online food and cooking sites, it shows that 8,785,000 people visited the Food Network during the month of February 2008 – up from 8,068,000 visits in February 2007 and 7,232,000 visits in February 2006.	Feb. 2008: 8,789,000 visits. AllRecipes is a popular site for recipe aficionados from all over, and as food prices continue to skyrocket, people are turning to it more and more for suggestions. <b>Mediastats:</b> 78% Female 74% Married 68% 25-53 years old > 42 Median Age \$7K Median HH 62% Work outside the home 62% Attended college 62% Own a Home AllRecipes is visited annually by more than 175 million annual visits from users who share and download recipes, reviews, photos, personal profiles, and meal ideas. <b>Internationale Seiten:</b> Canada   United Kingdom & Ireland   Australia & New Zealand   Germany   France	Feb. 2008: 5,980,000 visits (Part of About.com, one of the biggest Online Portals in the USA)	Feb. 2008: 5,629,000
Content	Jessica Hague, Research Director, Consumer Product Goods for Nielsen Online, says that Food Network in particular is doing a <b>great job of tapping into different trends</b> , including the rise of foodie culture, an interest in cooking TV shows and reality shows, and the popularity of recipe search engines.	For more than 10 years, the Seattle-based site has served as a dynamic, indispensable resource for cooks seeking trusted recipes, entertaining ideas, everyday and holiday meal solutions, practical cooking tips, and food advice. AllRecipes provides more than <b>52,000 recipes</b> in spring between 8 and 9 million monthly unique visitors and a membership base of more than 28 million strong. ----- -----people are turning to it for ideas of how they can stretch their grocery budget even further.	Sehr umfangreicher Content-Bereich zu allen Food-Aspekten; Viele Artikel/Rezepte	Rezepte, Kochtipps, Living
Kernkundenbedürfnisse und Usability/ Aufbau	Klar strukturiert und sehr übersichtlich; Platzsparend durch Verwendung von Rich Media-Elementen und Navigation mit Legen	Klar strukturiert und sehr übersichtlich; <b>Keine Fokussierung auf Rezepte und die Mitmachkomponenten</b>	Etwas unübersichtliche Content-Aufteilung auf den Unterseiten; keine Daten, feste Strukturen	Reichhaltige Media-Produkt darstellung der Website, von
Technologien/	Comparison Shop for Kitchen Appliances & Utensils at Storezilla & PricePlaza; Datenbanken für Rezepte, Videos	Rezept-Datenbanken	Content und Rezeptdatenbanken	