

Marketing Insights 3/2013

## Oberösterreich: Jedes 7. Unternehmen wirbt im Internet

**Linz (2.7.) Die neuen Marketing Insights - welche der Marketingclub Linz regelmäßig erstellt - zeigen, dass immer mehr oberösterreichische Unternehmen auf Online-Werbung setzen. Für knapp die Hälfte sind die Aktivitäten im Internet ein fixer Teil der Marketingstrategie.**

Die aktuelle Online-Befragung, die der Marketing Club Linz bei seinen 270 Mitgliedern durchgeführt hat, brachte hervor, dass für drei von vier Unternehmen das Internet in den Marketingaktivitäten eine (sehr) große Rolle spielt. Die Klassische Werbung (80%) löst es allerdings nicht ab; Onlinewerbung (70%) ergänzt den Kommunikationsmix.

An der Spitze der genutzten Werbemöglichkeiten im Internet stehen die e-mail-Werbung im Rahmen von Newslettern (77%), die Suchmaschinenwerbung (65%) sowie die Werbung auf Social Media-Plattformen (58%). Banner-Werbung auf eigenen (37%) oder fremden (34%) Websites ist weniger verbreitet. Ganz selten greifen die öö. Unternehmen auf die Möglichkeiten der Pop-Up-Werbung zurück.

Hohe Affinität zu Social Media-Plattformen zeigt die öö. Marketing Community auch mit anderen Marketingaktivitäten: 79% der Unternehmen sind hier präsent. Facebook führt mit 75%. Das sind 95% der Social Media-Nutzer. Nicht nur im privaten Bereich gilt demnach die Formel „Social Media = Facebook“. Nach Facebook folgen Youtube (51%) und Xing (34%) auf der Liste der genutzten Plattformen. Überraschend hoch ist auch der Anteil jener Unternehmen, die eine eigene Social Media-Seite betreiben: 69%; das sind 87% der Social Media-Nutzer.

Die konzeptionelle Umsetzung der Online-Aktivitäten bestätigt deren wachsende Bedeutung: knapp die Hälfte der Unternehmen hat ihre Social Media-Aktivitäten in ihre Marketingstrategie eingebettet. Die Aktivitäten werden mehrheitlich selbst (48%) und seltener gemeinsam mit externen Partnern (30%) gesetzt.

Zum Vergleich: für die Marketingexperten der heimischen Wirtschaft selbst gilt, dass drei von vier auf Social Media-Plattformen vertreten sind. Xing (65%) und Facebook (79%) sind die am meisten benutzten.

## **Marketing Insights als Einblicke in die Marketingpraxis von öö. Unternehmen**

Gebündeltes Know how und umfassende Praxiserfahrung konzentrieren sich bei den 270 Mitgliedern des Marketing Club Linz, quer durch alle Branchen der heimischen Wirtschaft. Mit den Marketing Insights macht Österreichs größte Plattform für Marketingthemen diese Fakten nun zugänglich. Aktuelle und marketingrelevante Fragestellungen sowie vierteljährliche Befragungsrunden bilden die Basis.

Rückfragen bitte an:

DI Peter Bruckmüller (Spectra), Beirat MCL, E-Mail: [p.bruckmueller@spectra.at](mailto:p.bruckmueller@spectra.at); Tel.: 0732-69 01 – 16.

Mag. Michaela Rimser, Presse MCL, E-mail: [pr.mcl@rimser.at](mailto:pr.mcl@rimser.at); Mobil: 0650-310-6234.