



Marketing Insights (Juni 2013)

Executive Summary

Für drei von vier Unternehmen aus der OÖ Marketing Community spielt das Internet in den Marketingaktivitäten eine (sehr) große Rolle. Werbung im Internet wird aber dabei aber nicht als allein selig machende Lösung gesehen, sondern größtenteils ergänzend zu klassischen Werbeaktivitäten verwendet.

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 Unternehmen auf die Möglichkeiten der Pop-Up-Werbung zurück.

Die recht hohe Internet-Affinität der OÖ Marketing Community und ihrer Betriebe spiegelt sich besonders in der breiten Präsenz auf den Social Media Plattformen wider. 79% sind dort mit Marketingaktivitäten vertreten. Wobei Facebook mit 75% (das sind 95% der Social Media-Nutzer) den erwartungsgemäß größten Kuchen abschneidet. Nicht nur im privaten Bereich gilt demnach die Formel „Social Media = Facebook“. Durchaus überraschend hoch ist auch der Anteil jener Unternehmen, die sogar eine eigene (Facebook)-Seite betreiben (69%; das sind 87% der Social Media-Nutzer). All diese Aktivitäten werden mehrheitlich selbst (48%) und seltener gemeinsam mit externen Partnern (30%) erledigt.

Knapp die Hälfte der Betriebe (46%) sieht ihre Social Media-Aktivitäten in eine Social Media-Strategie eingebettet. Ein Drittel (32%) agiert spontan und anlassbezogen.

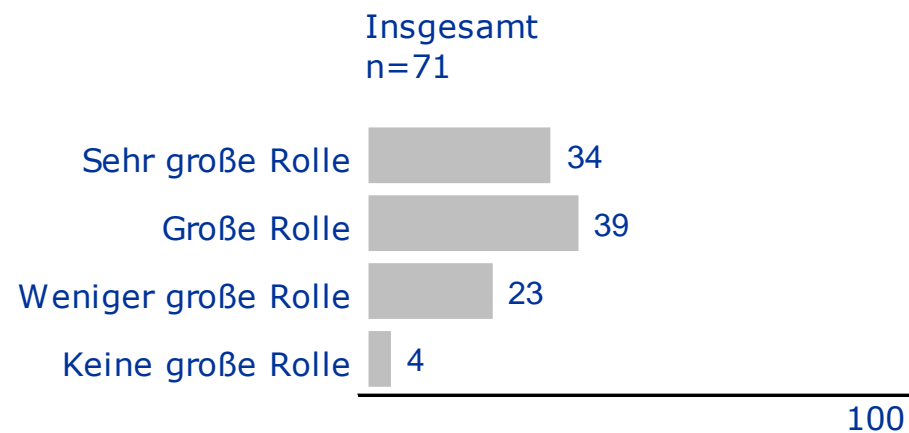
Für die Marketingexperten der heimischen Unternehmen selbst gilt: drei von vier sind auf Social Media-Plattformen vertreten - Xing (65%) und Facebook (59%) sind die am meisten benutzten.

Rolle des Internets bei Marketing-Aktivitäten

Frage 1: Welche Rolle spielt das Internet mit seinen Möglichkeiten bei den Marketing-Aktivitäten Ihres Unternehmens?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

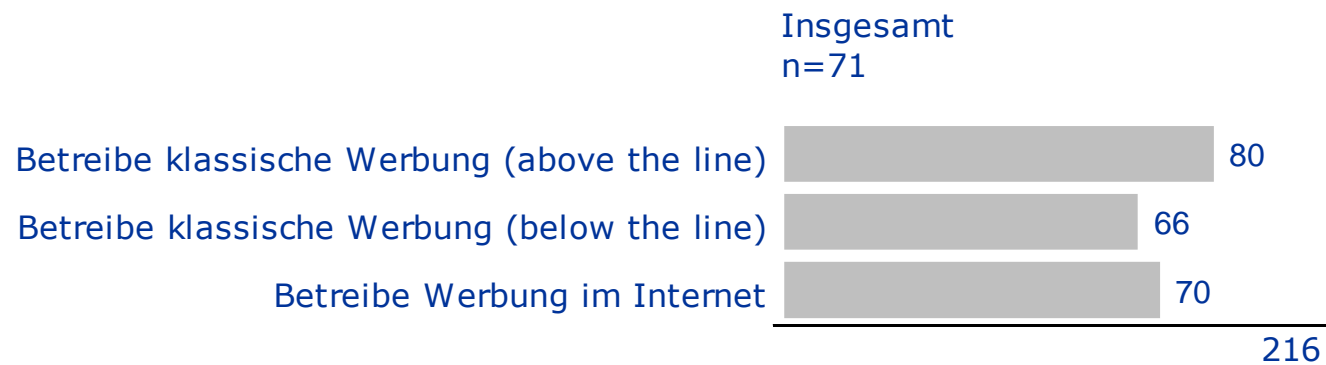


Generell genutzte Werbemöglichkeiten

Frage 3: Was alles trifft im Hinblick auf Werbung auf Ihr Unternehmen zu?

Basis: Marketing Community OÖ

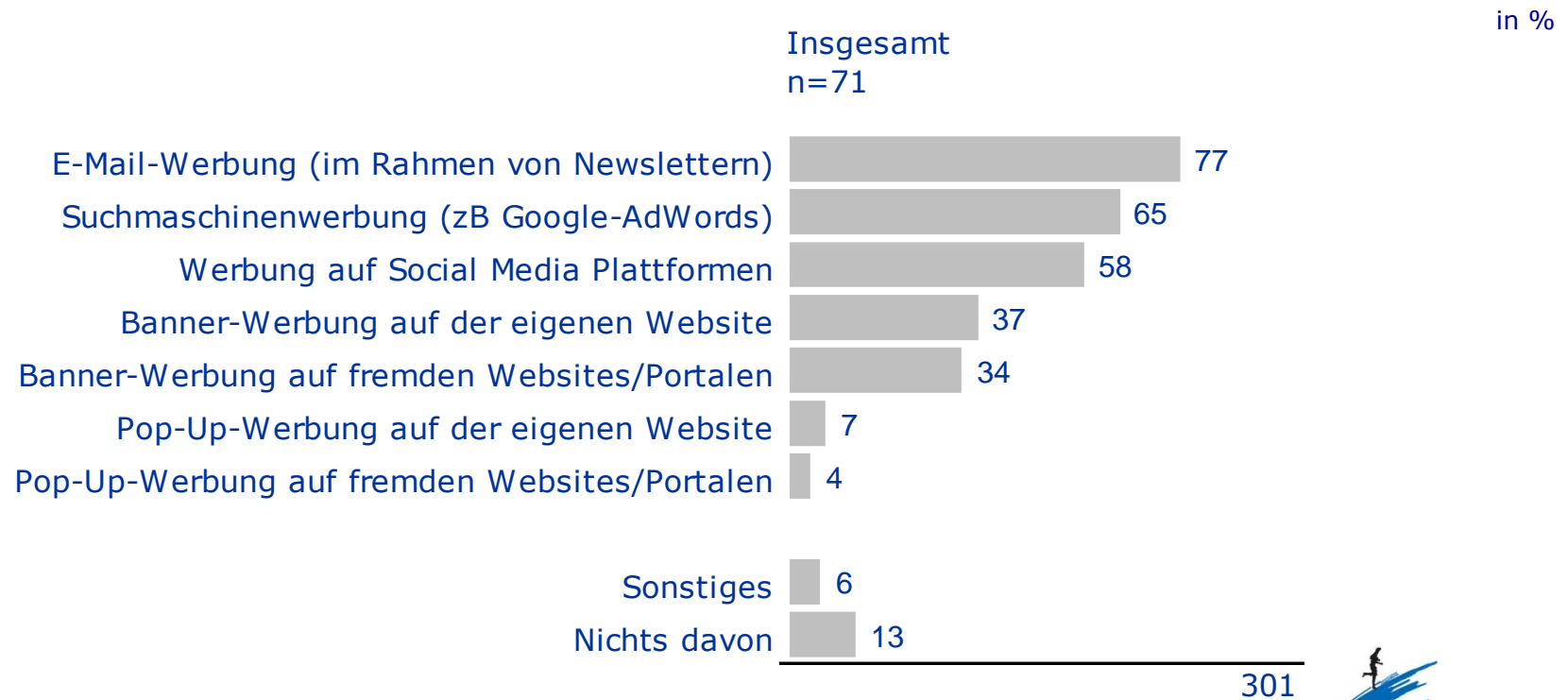
in %



Genutzte Werbemöglichkeiten im Internet

Frage 2: Speziell auf Werbung bezogen: welche dieser Möglichkeiten nutzen Sie im Internet?

Basis: Marketing Community OÖ

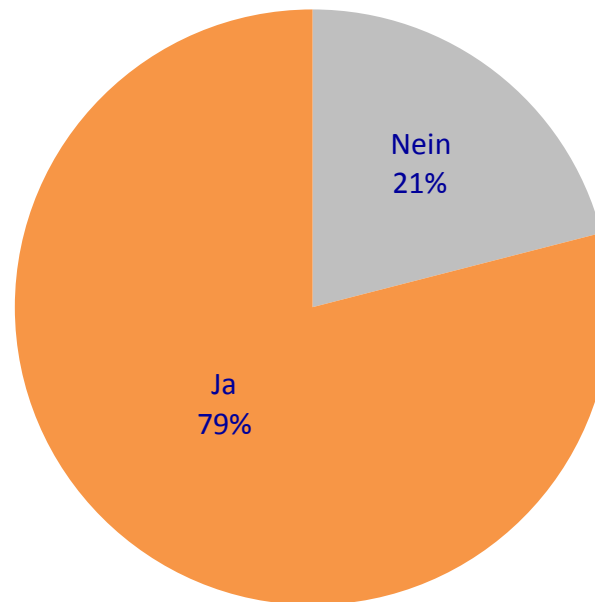


Marketingpräsenz auf Social Media-Plattformen

Frage 4: Ist Ihr Unternehmen auf Social Media-Plattformen wie (Facebook, Twitter, ...) mit Marketingaktivitäten vertreten?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

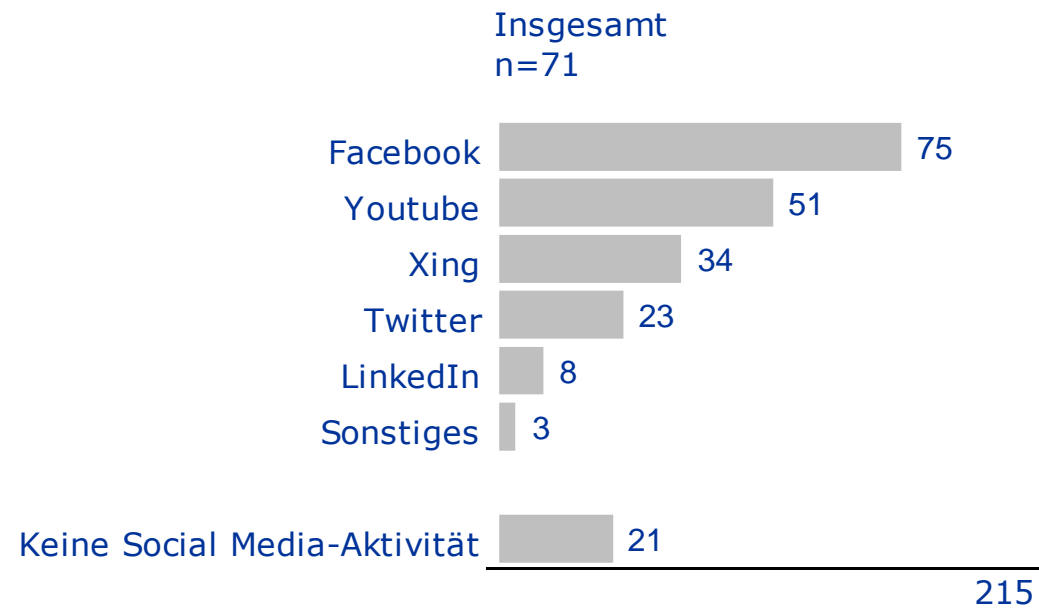


Welche Social Media-Plattformen genutzt werden

Frage 5: Welcher Social Media-Plattformen bedient sich Ihr Unternehmen dabei?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

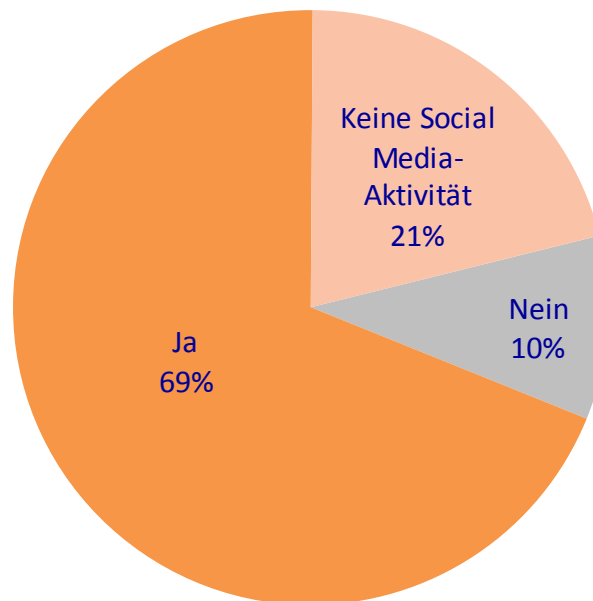


Eigene Seite auf einer oder mehreren Social Media-Plattformen?

Frage 7: Hat Ihr Unternehmen eine eigene Seite auf einer oder mehreren Social Media-Plattformen?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

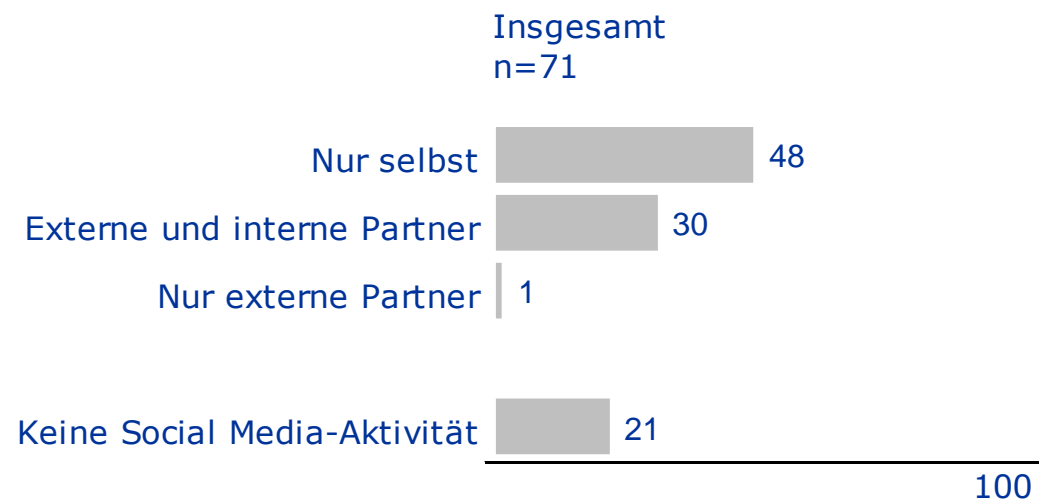


Betreuung der Social Media-Aktivitäten

Frage 8: Betreut Ihr Unternehmen die Social Media-Aktivitäten nur selbst oder gemeinsam mit externen Partnern oder nur mit externen Partnern?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

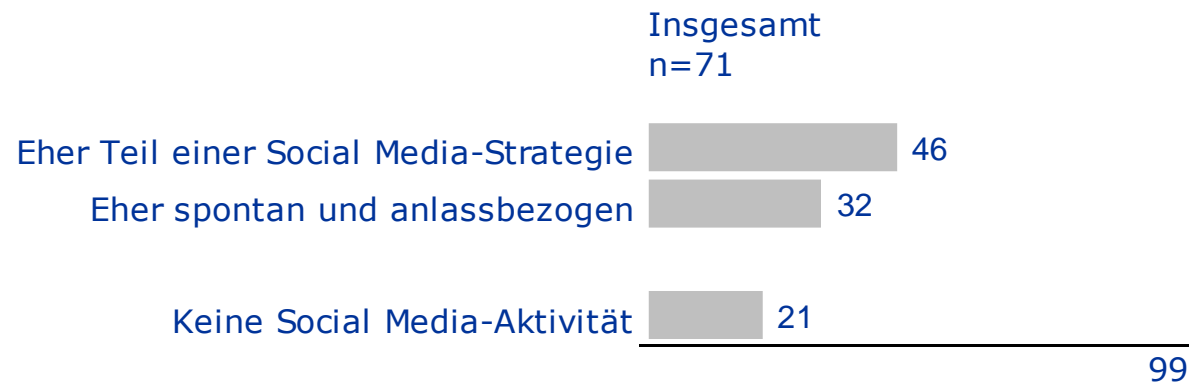


Social Media-Aktivitäten: strategisch oder spontan und anlassbezogen

Frage 6: Bei manchen Unternehmen sind die Social Media-Aktivitäten Teil einer Social Media-Strategie, manche andere Unternehmen wiederum handhaben ihre Social Media-Aktivitäten eher spontan und anlassbezogen. Wie hält es Ihr Unternehmen mit seinen Social Media-Aktivitäten?

Basis: Marketing Community OÖ

in %



Persönliche Präsenz auf Social Media-Plattformen

Frage 9: Abschließend: Sind Sie persönlich auf Social Media-Plattformen vertreten? Wenn ja, auf welchen?

Basis: Marketing Community OÖ

in %

