

Online-Werbung in Österreich 2012

Zahlen. Daten. Fakten.

Hermann Wasserbacher (IFES)
20. September 2012, Wien

Studiendesign

- Thema der Studie Online-Werbung in Österreich 2012
Zahlen. Daten. Fakten.
- Stichprobe Unternehmen in Österreich,
disproportionale Gewichtung nach
Unternehmensgröße
- Stichprobenumfang n=300
- Methode Telefonische Befragung (CATI)
- Feldarbeit September 2012
- Institut IFES Institut für empirische Sozialforschung
- Projektleitung Tina Engstfeld, Hermann Wasserbacher
- Max. Schwankungsbreite +/- 5,8 Prozentpunkte

In den folgenden Seiten erwartet Sie

- **Struktur der Unternehmen, die im Internet werben**
- **Einsatz von Online-Werbung in österr. Unternehmen**
- **Vorteile und Potenzial von Online-Werbung**
- **Ausblick (Wichtige Themen in Bezug auf Online-Werbung)**

Unternehmensstrukturen

Unternehmen in Österreich

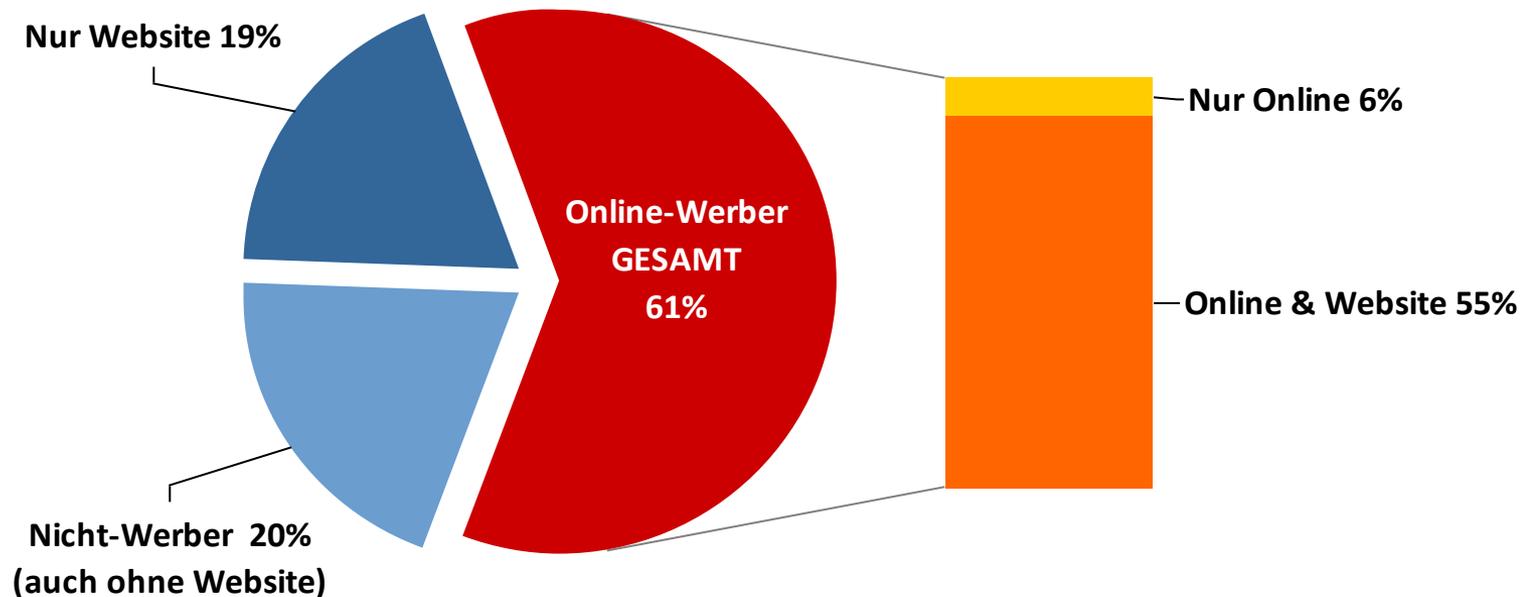
Der Großteil – mehr als 90% - der heimischen Unternehmen sind Kleinst- und Kleinbetriebe mit 0 bis 9 Beschäftigten. Der Anteil an Großunternehmen ist vergleichsweise gering, und liegt deutlich unter 1%.

	Anzahl Unternehmen	Anteil in %
0 bis 9 Beschäftigte	377.694	92,3%
10 bis 49 Beschäftigte	25.449	6,2%
50 bis 249 Beschäftigte	4.961	1,2%
250 Beschäftigte und mehr	1.090	0,3%
GESAMT	409.194	100%

Quelle: Statistik Austria

Österreichs Unternehmen sind im Internet präsent

Wirbt Ihr Unternehmen im Internet (damit ist auch eine eigene Website) gemeint?



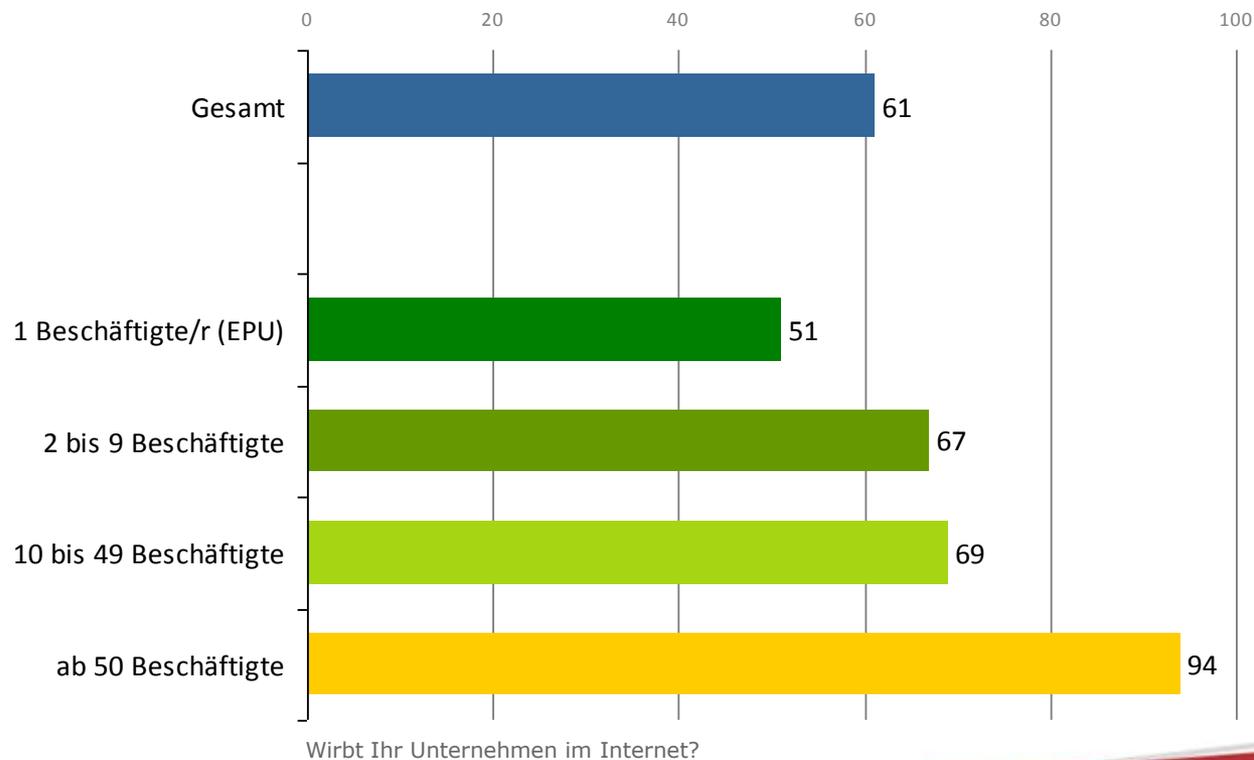
Definition „Online-Werbung“

Einsatz, neben der eigenen Website, von ...
(zumindest eine Methode/Maßnahme genutzt)

- Banner-Werbung (dynamisch oder fix platziert)
- Daily Deals (Gutscheine, Coupons)
- E-Mail Marketing (Newsletter)
- Online-Branchenbuch
- Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung
- Targeting (Gezielte Ansprache der NutzerInnen)
- Virales Marketing
- Web 2.0 Kampagnen (z.B. Blogs, YouTube-Kanäle, Facebook,...)

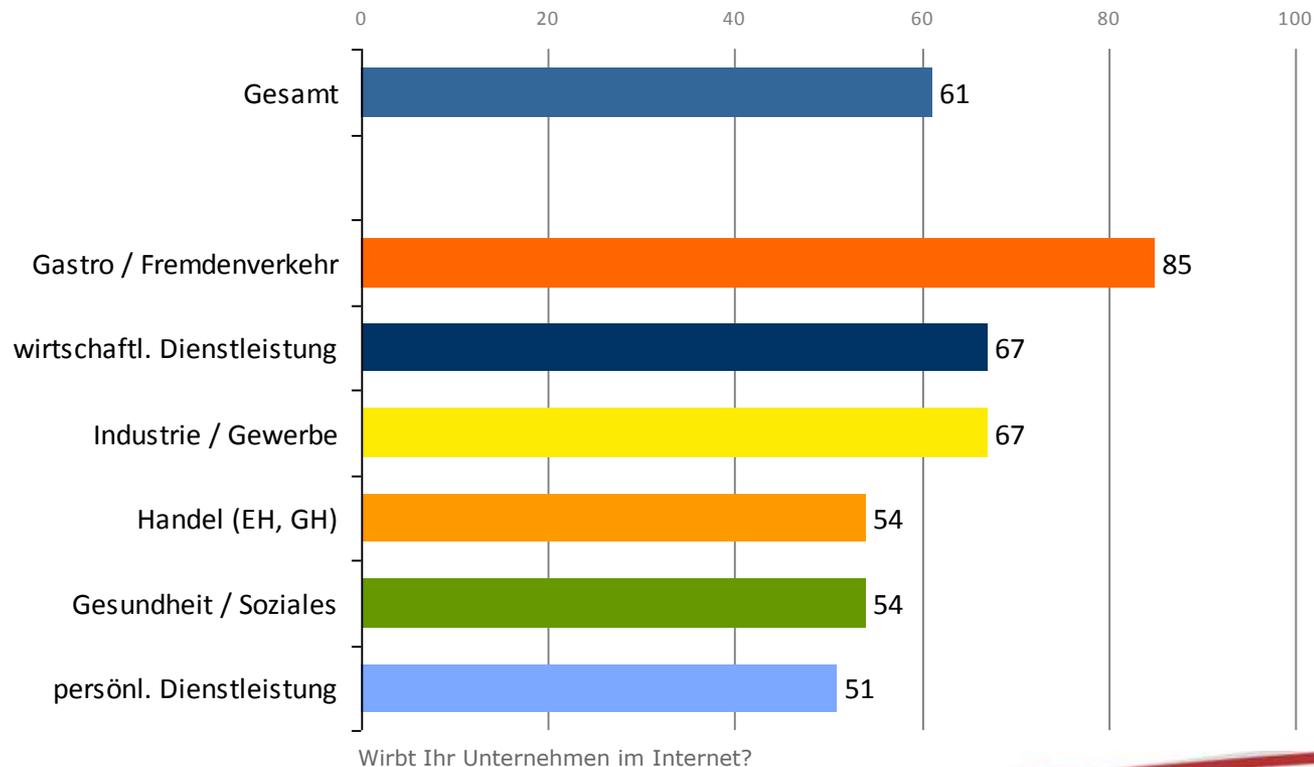
Struktur jener Unternehmen, die online werben (nach Größe)

- **Vor allem große Unternehmen werben online**
- **EPU/KMU haben Aufholbedarf**



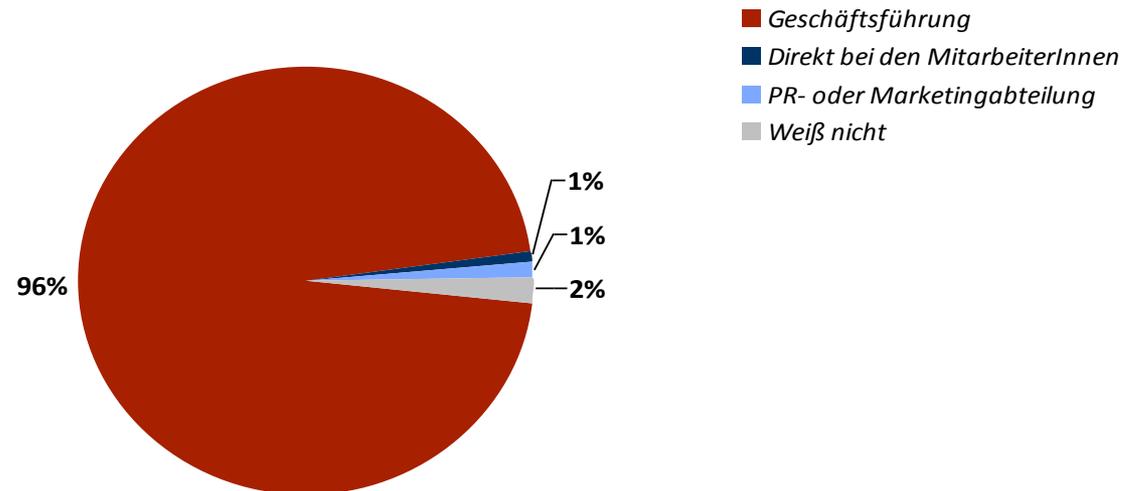
Struktur jener Unternehmen, die online werben (nach Branchenzugehörigkeit)

- **Vor allem Gastronomie/Fremdenverkehr werben online**



Zuständigkeiten im Unternehmen

- **Entscheidungen liegen fast ausschließlich bei der Geschäftsführung**
- **Größere Unternehmen**
 - Eigene MitarbeiterInnen (Betriebe + 50 MA)
 - PR-/Marketingabteilung (Betriebe mit 20-49 MA)

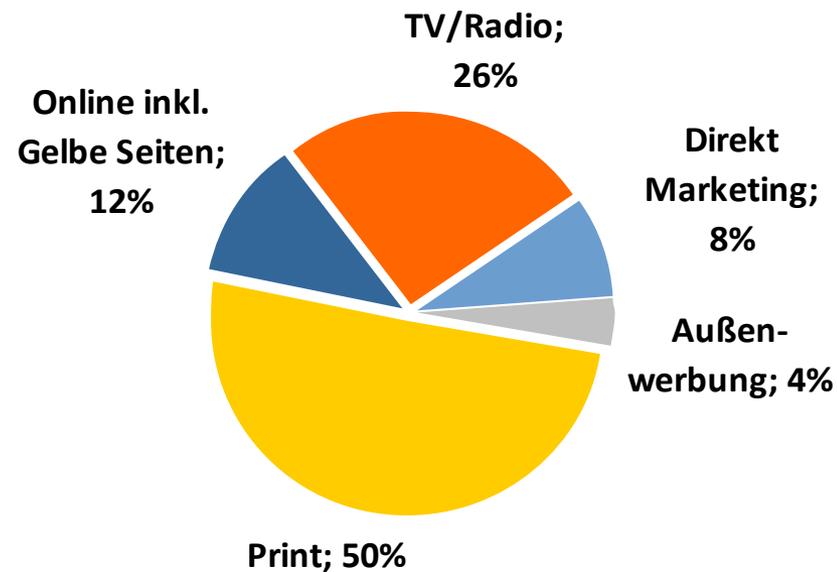


Wer in ihrem Unternehmen trifft die Entscheidungen in Bereich Online-Werbung?
Wo ist Online-Werbung angesiedelt?

Verwendung von Werbeausgaben

- **12% der Werbeausgaben werden für Online-Werbung verwendet**
- **8% der Ausgaben entfallen auf Direkt Marketing**

Wie viel Prozent ihrer Werbeausgaben entfallen auf den Bereich ...?

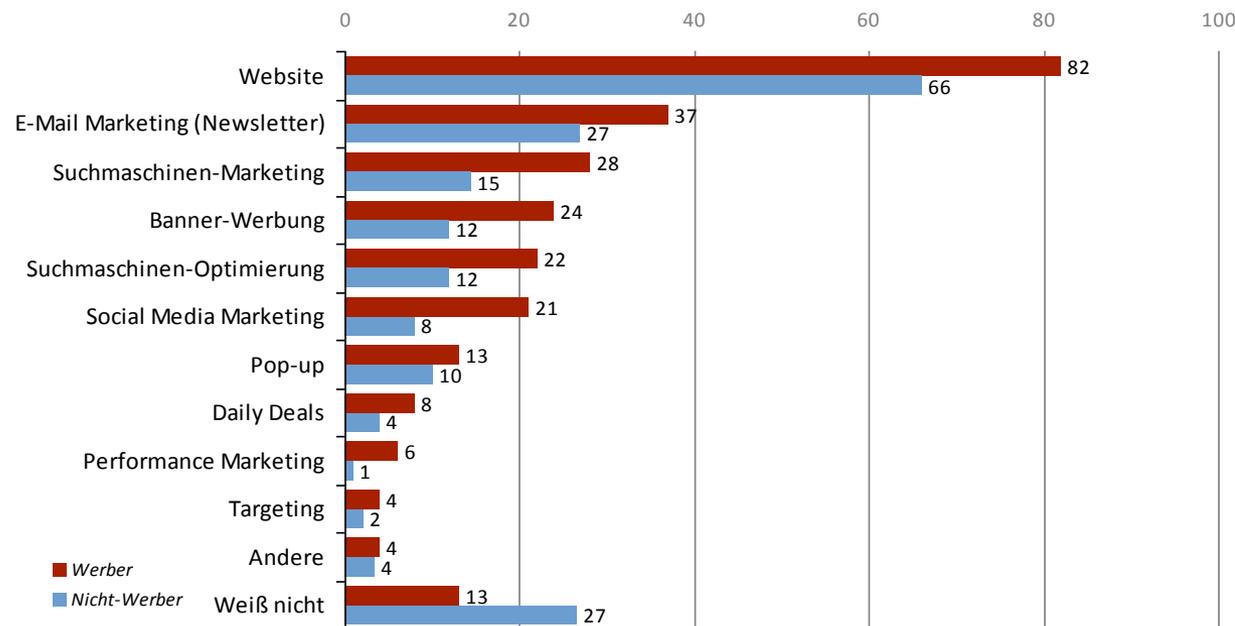


Einsatz von Online-Werbung

Wissen um Begriffe Online-Werbung

- **Begriffe der Online-Werbung sind nur wenig bekannt**
- **Wissensspektrum zwischen online-werbenden und nicht online-werbend Unternehmen unterscheidet sich eklatant**

Welche Begriffe der Online-Werbung kennen Sie?



Einsatz: Methoden & Maßnahmen der Online-Werbung (Unternehmensgröße)

- **Online-Werbeformen wie Banner-Werbung oder Targeting werden eher zögerlich eingesetzt**
- **SEO, E-Mail Marketing, Social Media wird eingesetzt**
- **Websites und Einträge ins Branchenbuch werden als Werbemaßnahme gesehen**

	Gesamt	1 Besch. (EPU)	2 bis 9 Beschäftigte	10 bis 49 Beschäftigte	ab 50 Beschäftigte
Website	94	92	94	100	100
Online-Branchenbuch	72	76	70	72	76
Suchmaschinen-Marketing/-Optimierung	47	51	43	51	55
E-Mail Marketing (Newsletter)	39	38	36	56	61
Web 2.0 Kampagnen	36	34	36	42	50
Banner-Werbung	24	12	32	12	47
Targeting	20	17	23	15	18
Daily Deals	12	8	14	18	4
Virales Marketing	4	0	6	4	8

Welche Methoden und Maßnahmen setzt Ihr Unternehmen für Online-Werbung ein? Antwortvorgabe.

Einsatz: Methoden & Maßnahmen der Online-Werbung (Branchen)

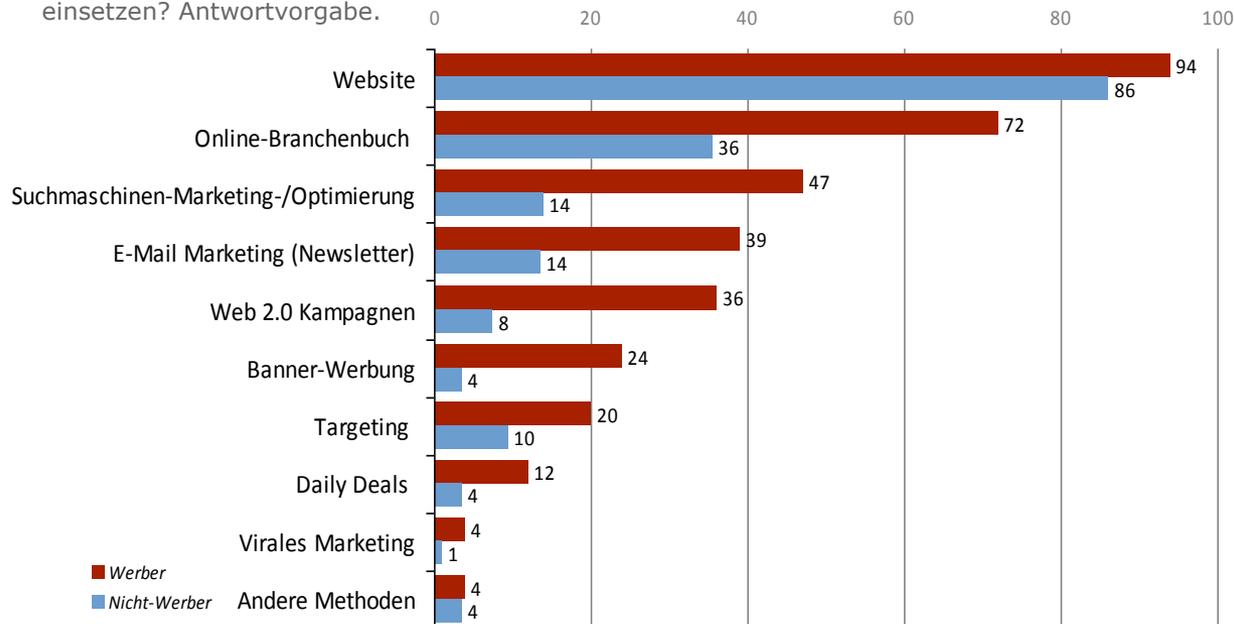
- **Banner-Werbung und Online-Branchenbuch werden häufig in Branchen ohne direkte Kundenansprache genutzt: Industrie und persönliche Dienstleistungen.**
- **Daily Deals kommen am ehesten im Handel und im Fremdenverkehrsbereich sowie in der Gastronomie zum Einsatz.**

	Gesamt	Industrie/ Gewerbe	Handel (EH, GH)	Gastro / Fremdenverk.	wirtschaftl. Dienstl.	persönl. Dienstl.
Website	94	87	92	98	94	93
Online-Branchenbuch	72	75	58	62	70	97
Suchmaschinen-Marketing-/Optimierung	47	38	25	73	62	24
E-Mail Marketing (Newsletter)	39	13	16	60	48	54
Web 2.0 Kampagnen	36	8	32	54	39	44
Banner-Werbung	24	40	30	23	15	15
Targeting	20	18	11	27	16	29
Daily Deals	12	6	16	14	7	13
Virales Marketing	4	7	1	5	3	12

Methoden der Online-Werbung

- **Online-Werbeformen werden wenig eingesetzt**
(Firmen, die online werben)
- **Online-Werbeformen werden kaum erwogen**
(Firmen, die bislang noch nicht online werben)

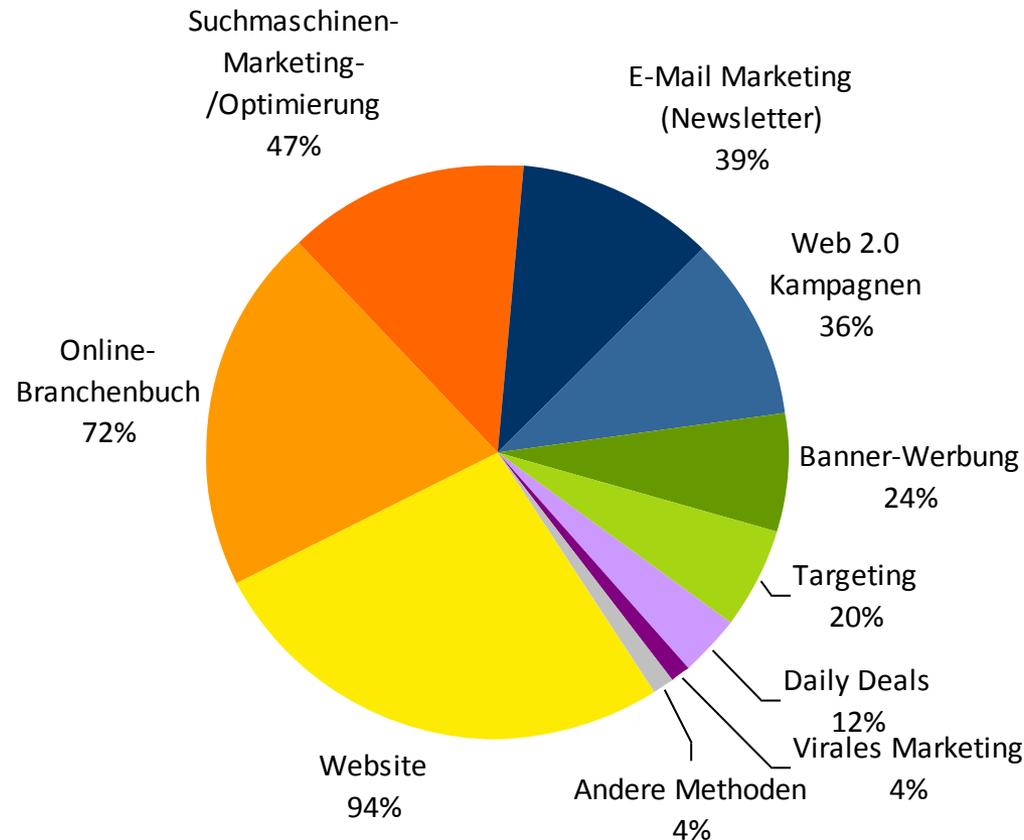
Welche Methoden und Maßnahmen setzt Ihr Unternehmen für Online-Werbung ein / würden Sie einsetzen? Antwortvorgabe.



Einsatz Methoden & Maßnahmen der Online-Werbung

(Unternehmen mit Online-Werbung)

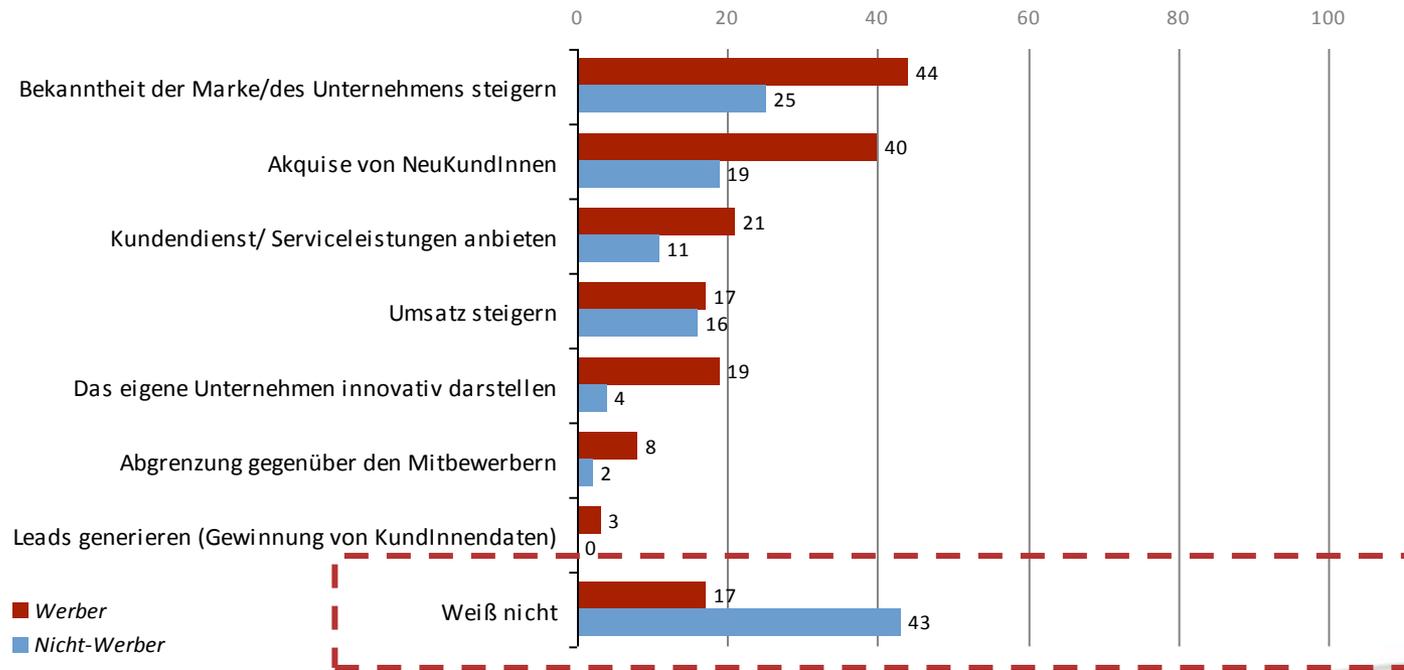
Welche Methoden und Maßnahmen setzt Ihr Unternehmen für Online-Werbung ein? Antwortvorgabe.



Vorteile und Potenzial von Online-Werbung

Nutzen der Online-Werbung

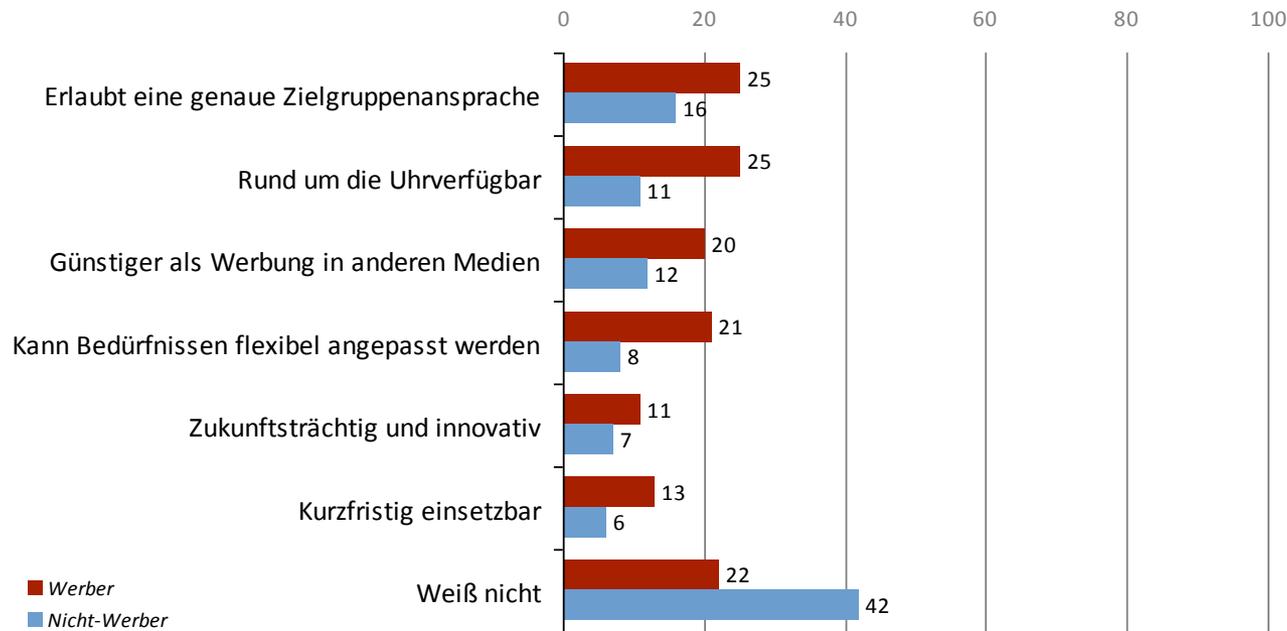
- **Online-Werbung steigert den Bekanntheitsgrad des Unternehmens**
- **Online-Werbung dient zur Akquise von neuen KundInnen**



Welchen Nutzen zieht Ihr Unternehmen aus Online-Werbung?

Vorteile Online-Werbung

- **Flexibler Einsatz, Verfügbarkeit sowie niedrige Kosten werden geschätzt**
- **Informationsdefizit bei Unternehmen, die noch nicht im Internet werben**

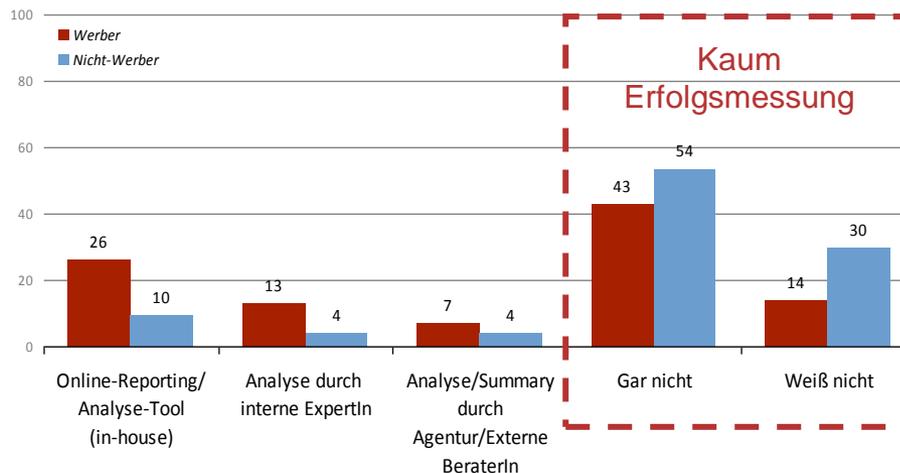


Welche Vorteile hat Online-Werbung für Ihr Unternehmen?

Erfolgsmessung

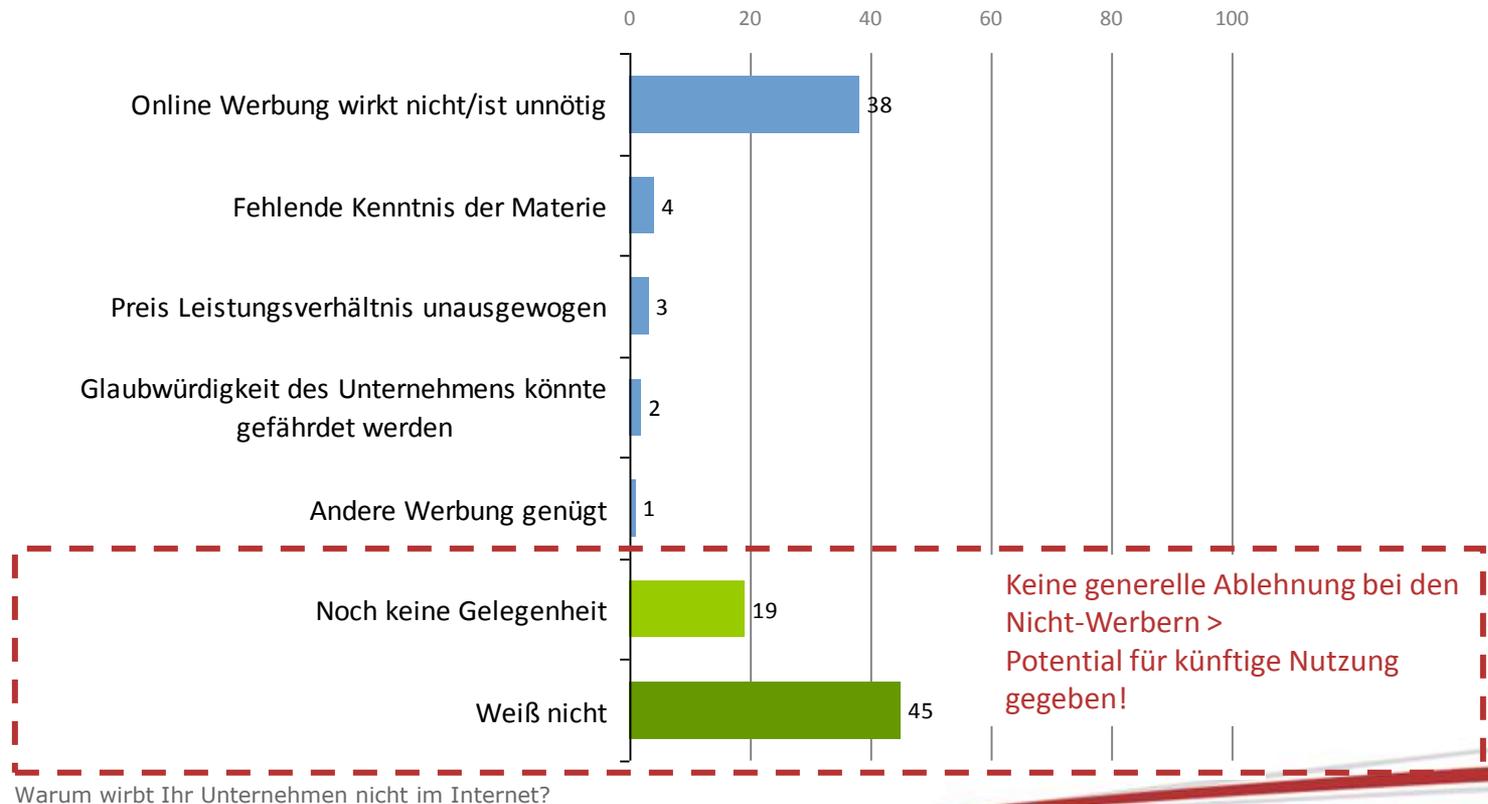
- **Einsatz der Erfolgsmessung ist stark von der Unternehmensgröße abhängig.**
- **Obwohl die Erfolgsmessung eine besondere Stärke der Online-Werbung darstellt, nutzen sie nur 40%**
- Gründe dafür: Zeitmangel und fehlendes Know-how (bes. EPU/KMU)

Wie messen Sie den Erfolg Ihrer Online-Werbung? / Wie würden Sie den Erfolg von Online-Werbung messen?



Motive für fehlende Online-Aktivitäten

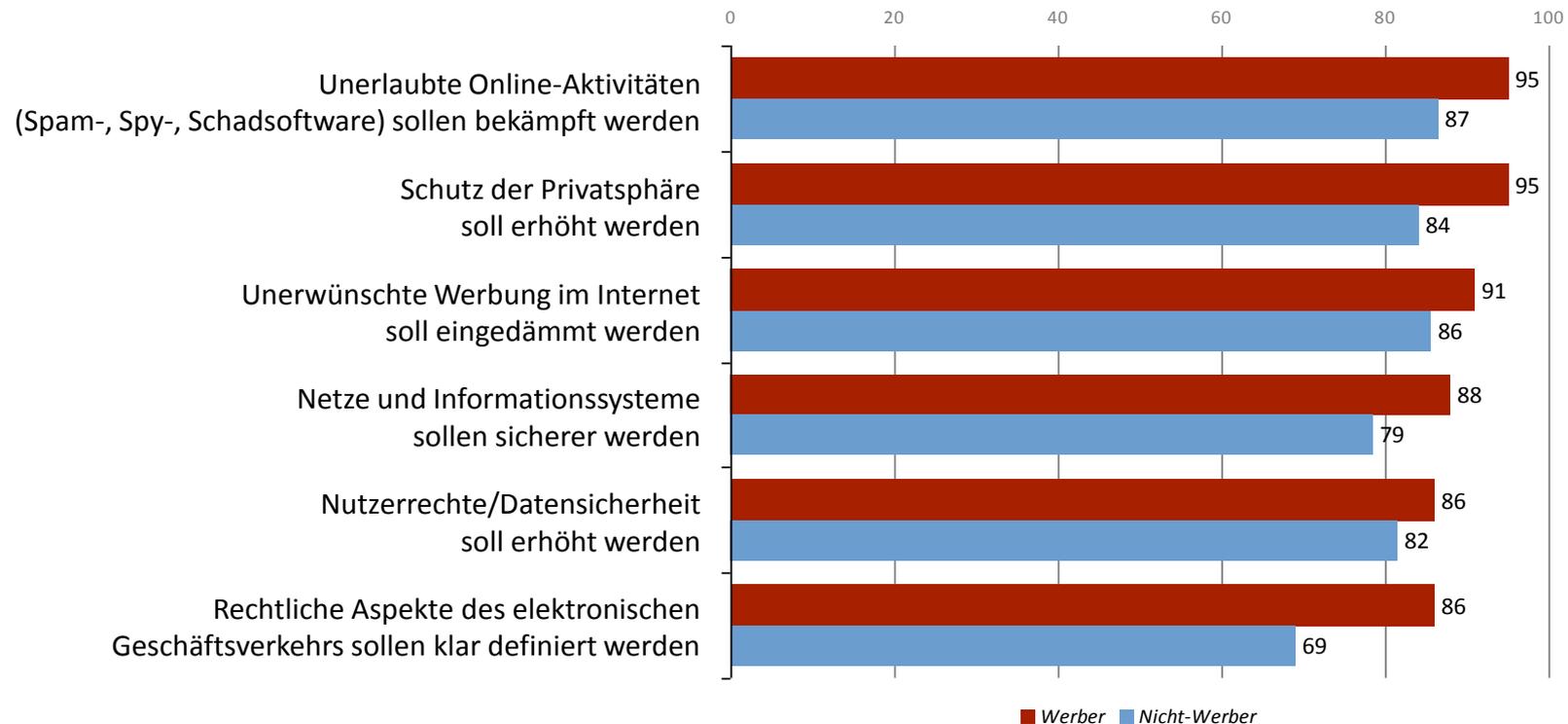
- **Viele Unternehmen wissen nicht über die Vorteile von Online-Werbung Bescheid**



Was ist/ wird im Bereich Online-Werbung wichtig ?

Themen der Online-Werbung

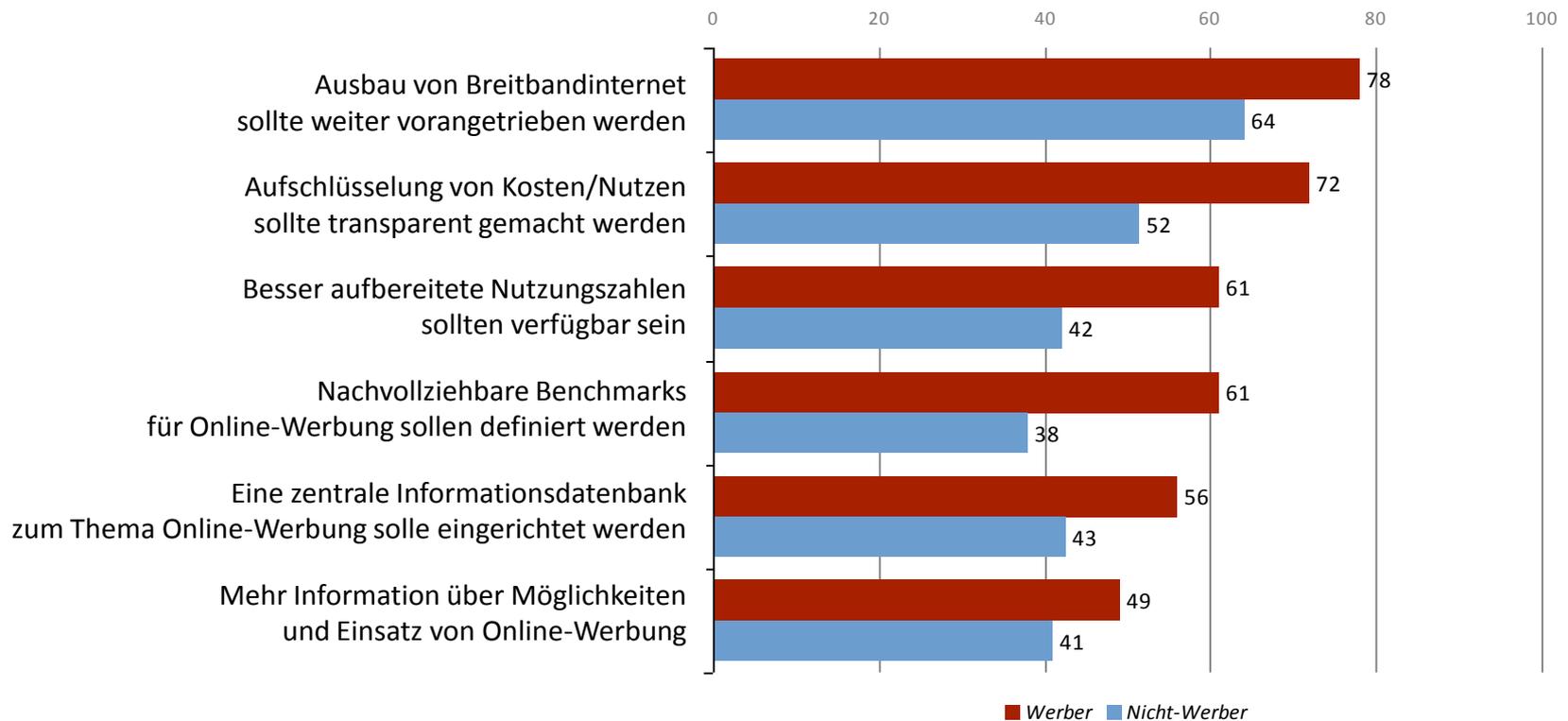
- **Privatsphäre und Datensicherheit sind für alle Unternehmen sehr wichtig**



Welchen Themen soll in Bezug auf Online-Werbung mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden? Antwortvorgabe.

Themen der Online-Werbung

- **Ausbau der Infrastruktur/ Benchmarking sind für Unternehmen, die im Internet werben, wichtig**



Welchen Themen soll in Bezug auf Online-Werbung mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden? Antwortvorgabe.

Key Findings (1)

- **Online-Werbung** wird aus den unterschiedlichsten Motiven und mit verschiedenen Methoden betrieben
- Die Nutzung ist **abhängig von**
 - **der Unternehmensgröße** (vorhandenes internes Know-how und Ressourcen, vorhandenes Werbebudget etc.) sowie der
 - **Technologieaffinität des Unternehmens**
 - **Gewohnheiten der KundInnen/Zielgruppen**

Key Findings (2) - Potenzial

Potenzial

- Online-Werbung wird vor allem von großen Unternehmen eingesetzt
- Kleine Unternehmen werben selten und mit geringem finanziellen Aufwand
- Für diese **Vielzahl an Betrieben** wäre der Einsatz von Online-Werbung eine **Wettbewerbs-Chance** am bestehenden Markt,
- Geschätztes Potential in Klein- und Kleinstkundensegment: 190.000 Unternehmen.

Kontakt

IFES

Tina Engstfeld

Projektleiterin

IFES - Institut für empirische Sozialforschung GmbH
Teinfaltstraße 8
1010 Wien

Tel.: 01/54670 - 319
Mobil: 0664/504 47 17
E-Mail: tina.engstfeld@ifes.at

IFES

Hermann Wasserbacher

Geschäftsführer

IFES - Institut für empirische Sozialforschung GmbH
Teinfaltstraße 8
1010 Wien

Tel.: 01/54670 - 374
Mobil: 0664/132 65 05
E-Mail: hermann.wasserbacher@ifes.at