

# 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

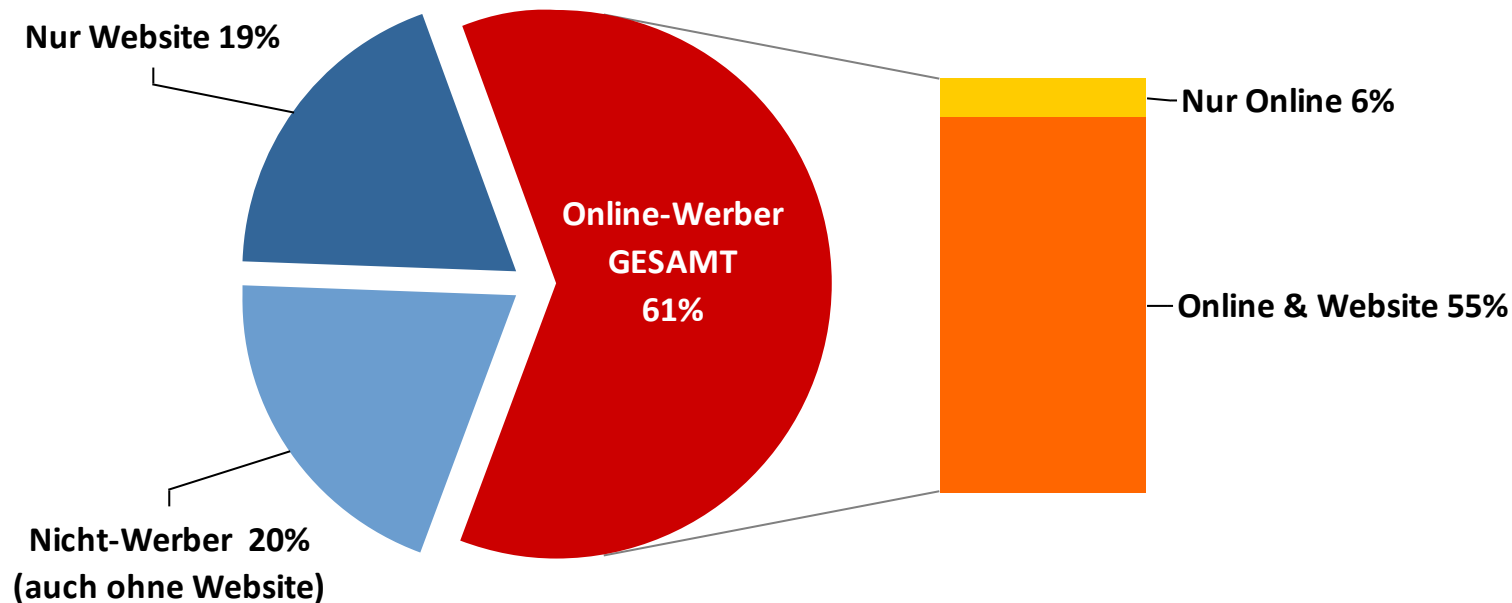
Der Großteil – mehr als 90% - der heimischen Unternehmen sind Kleinst- und Kleinbetriebe mit 0 bis 9 Beschäftigten. Der Anteil an Großunternehmen ist vergleichsweise gering, und liegt deutlich unter 1%.

	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%
<b>GESAMT</b>	<b>409.194</b>	<b>100%</b>

Quelle: Statistik Austria

# Österreichs Unternehmen sind im Internet präsent

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



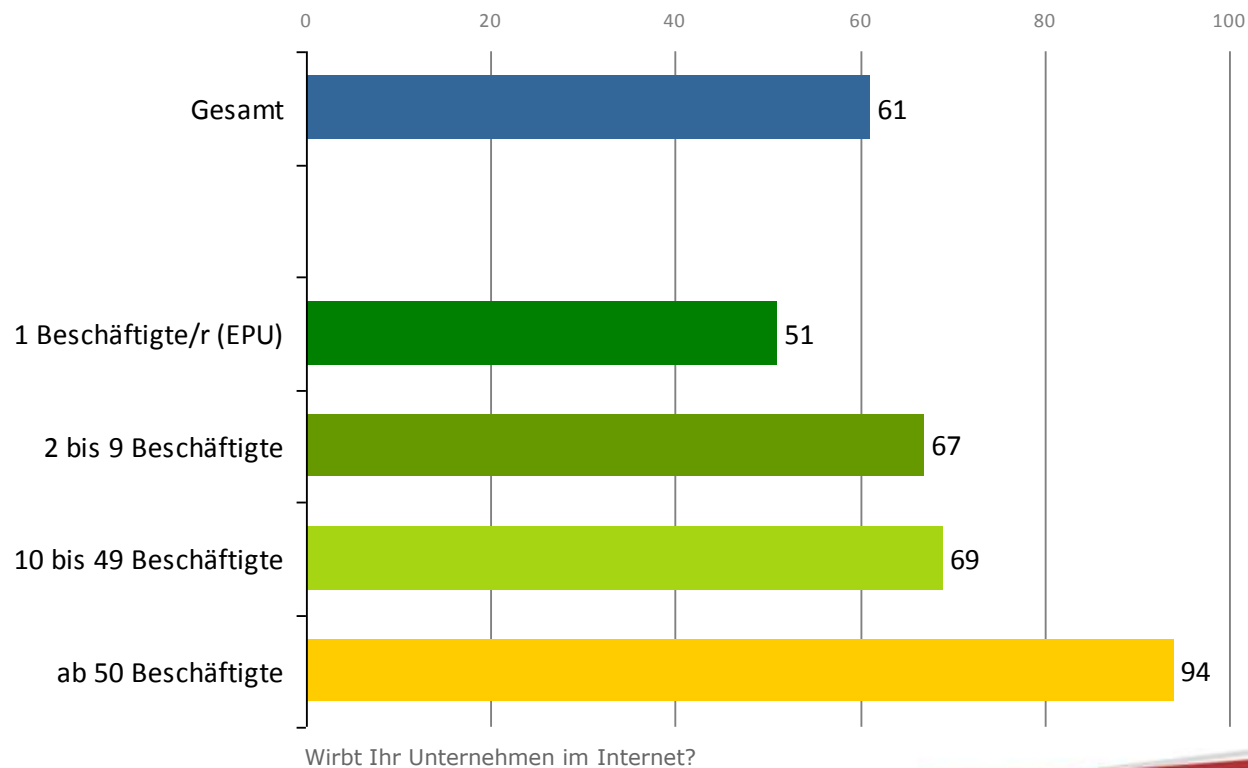
# Definition „Online-Werbung“

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)

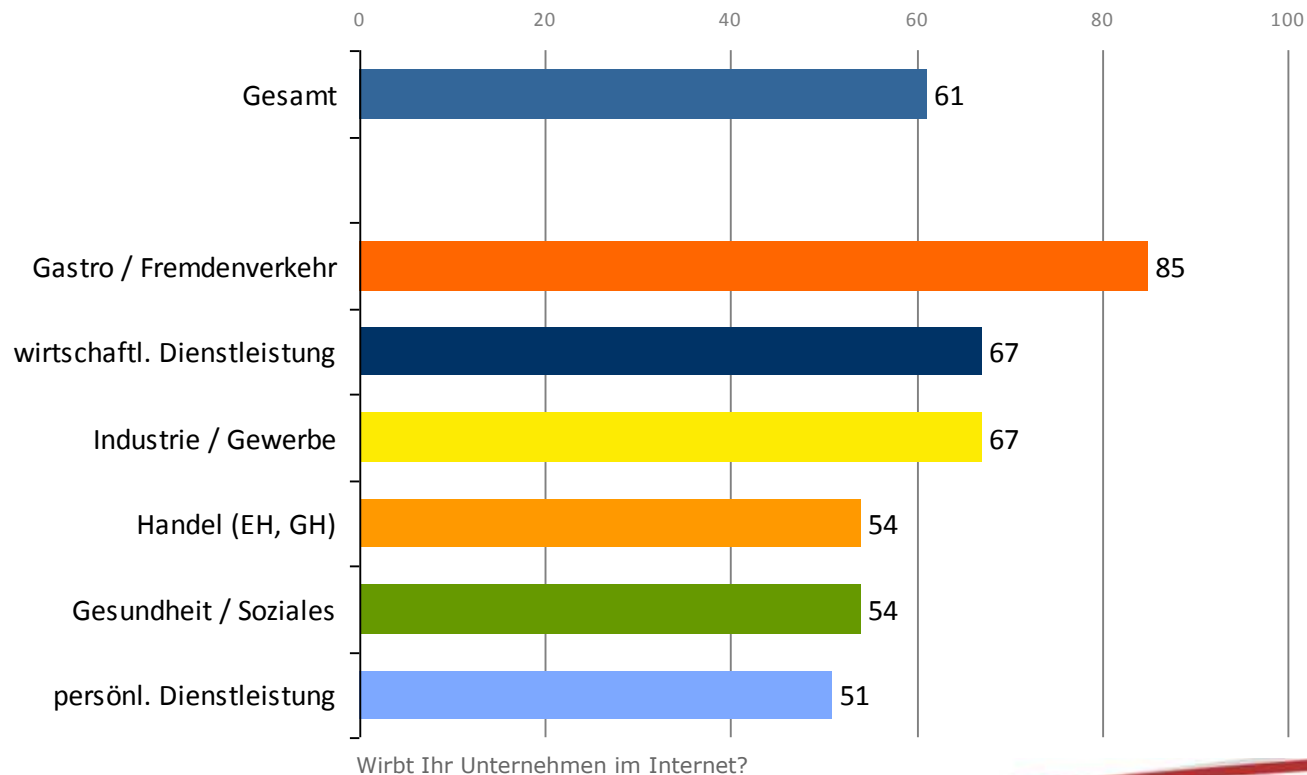
- **Vor allem große Unternehmen werben online**
- **EPU/KMU haben Aufholbedarf**





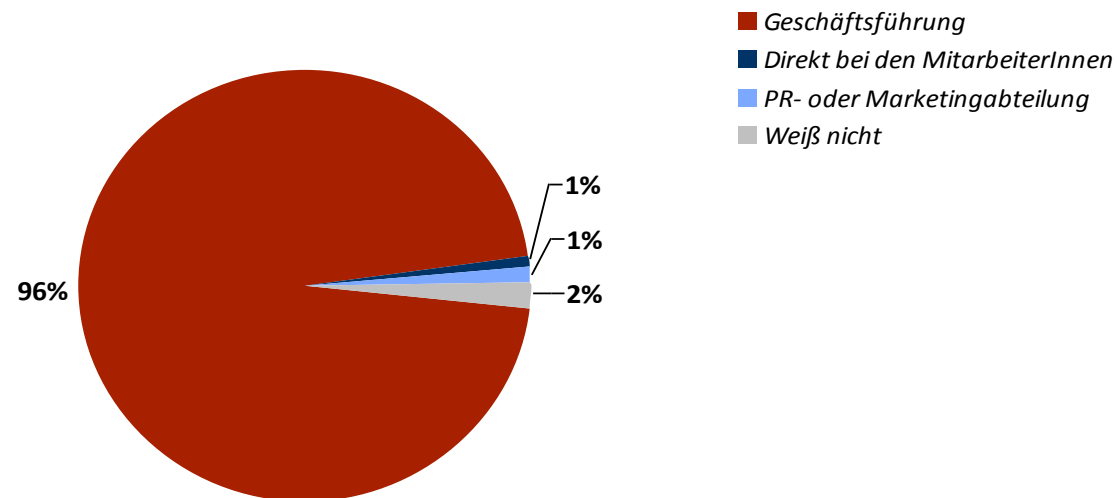
# Struktur jener Unternehmen, die online werben (nach Branchenzugehörigkeit)

- **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)

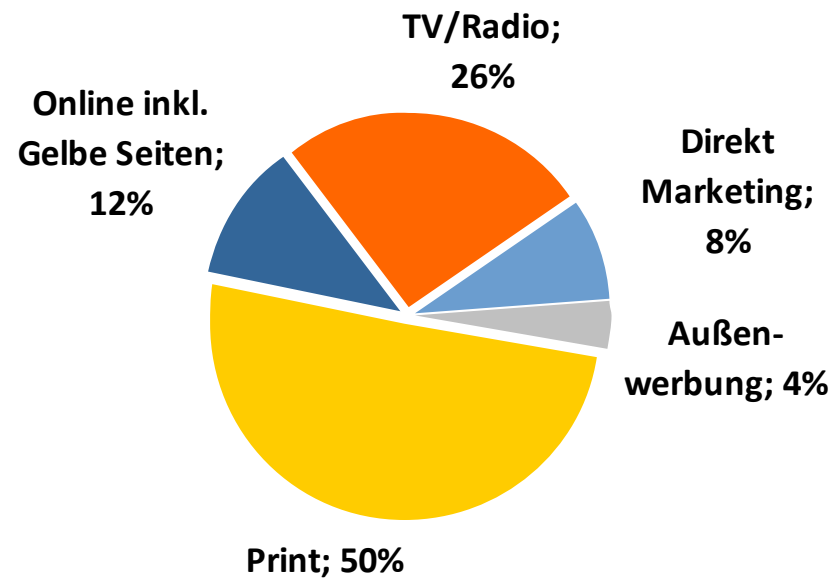


Wer in ihrem Unternehmen trifft die Entscheidungen in Bereich Online-Werbung?  
Wo ist Online-Werbung angesiedelt?

# 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 ...?

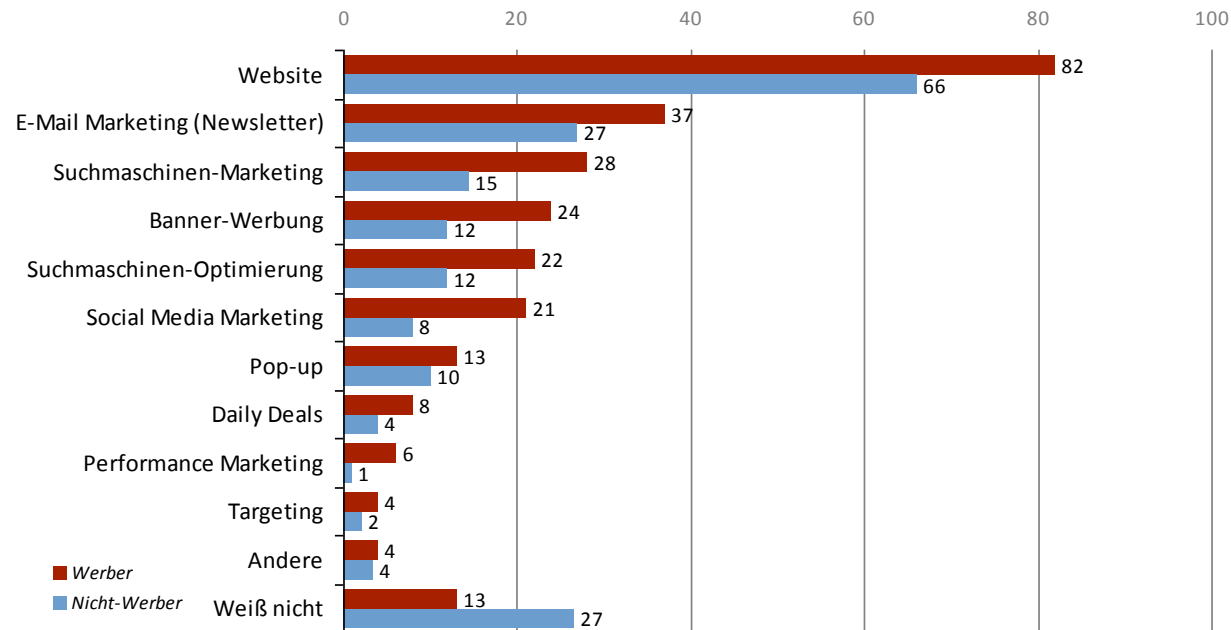


# Einsatz von Online-Werbung

# 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**

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

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

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

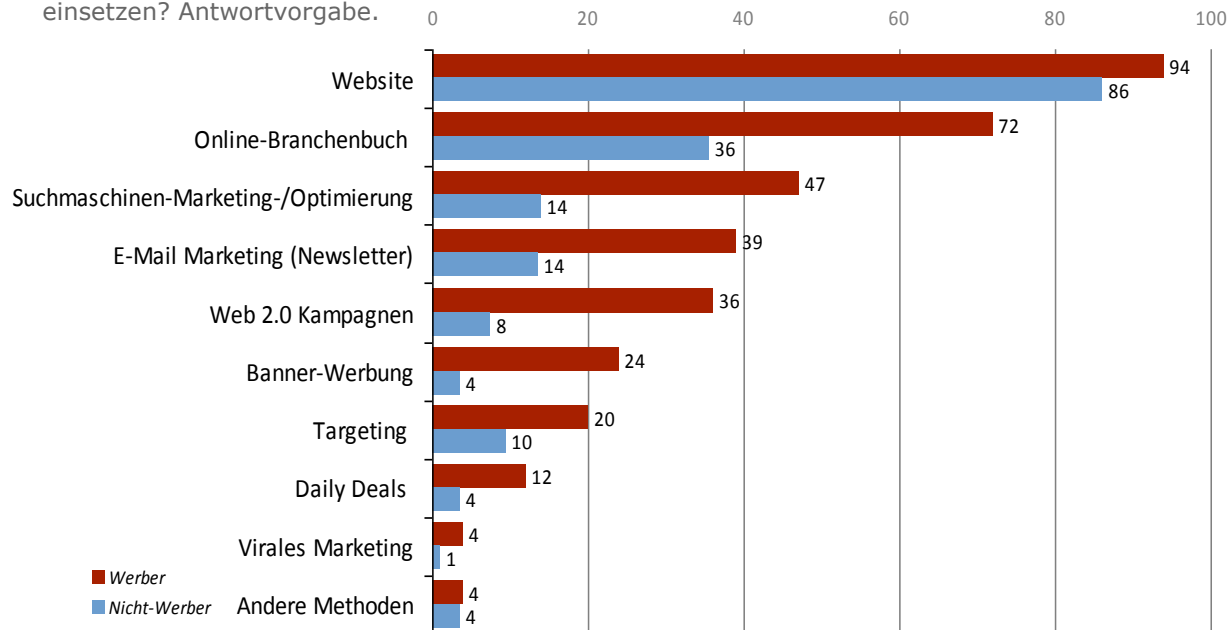
- **Banner-Werbung und Online-Branchenbuch werden häufig in Branchen ohne direkte Kundenansprache genutzt: Industrie und persönliche Dienstleistungen.**
- **Daily Deals kommen am ehesten im Handel und im Fremdenverkehrsbereich sowie in der Gastronomie zum Einsatz.**

	<b>Gesamt</b>	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.

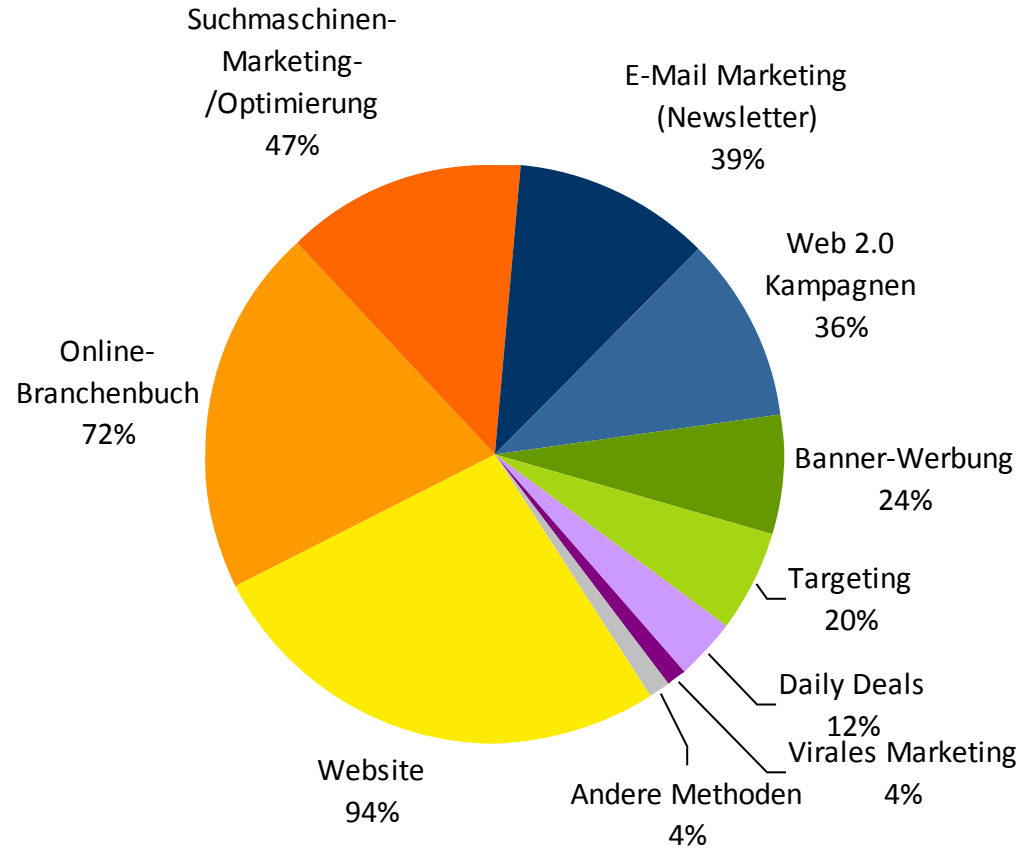




# Einsatz Methoden & Maßnahmen der Online-Werbung

## (Unternehmen mit Online-Werbung)

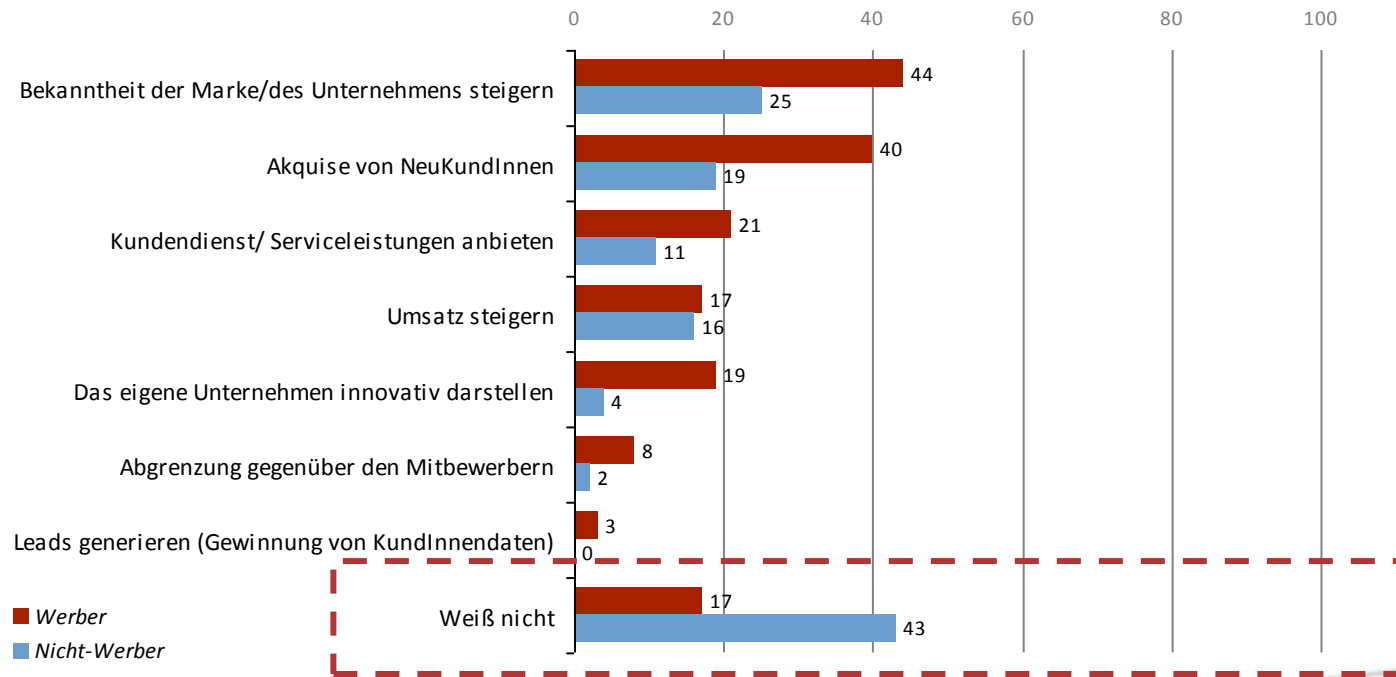
Welche Methoden und Maßnahmen setzt Ihr Unternehmen für Online-Werbung ein? Antwortvorgabe.



# Vorteile und Potenzial von Online-Werbung

# Nutzen der Online-Werbung

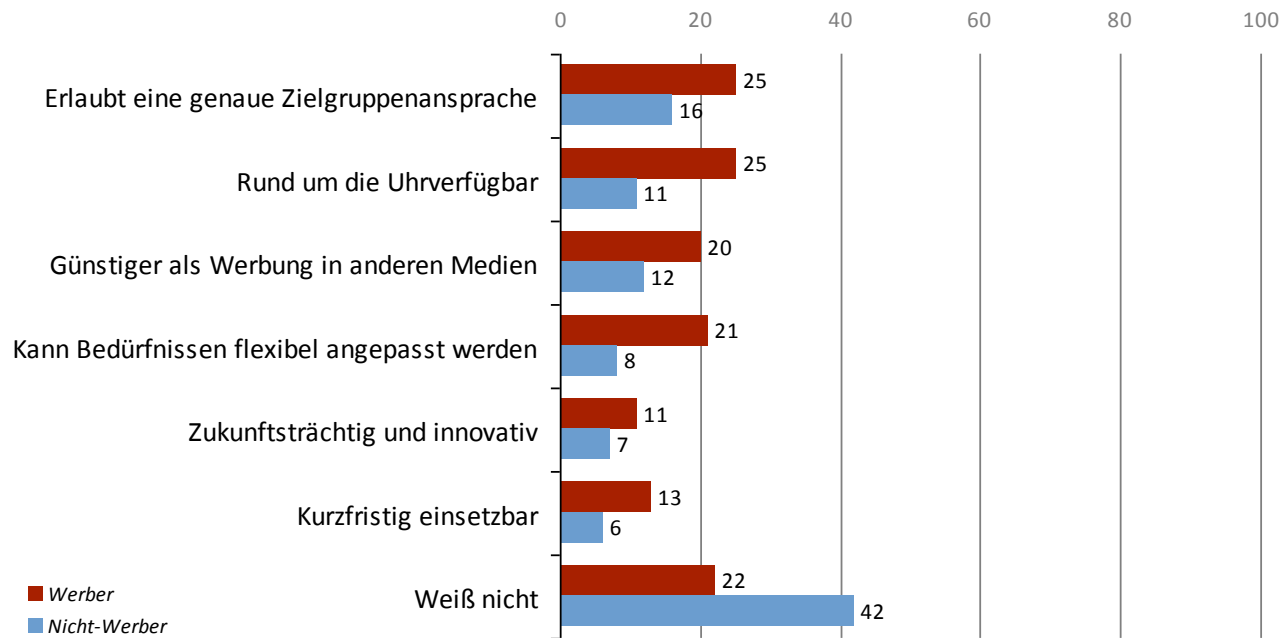
- **Online-Werbung steigert den Bekanntheitsgrad des Unternehmens**
- **Online-Werbung dient zur Akquise von neuen KundInnen**



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**

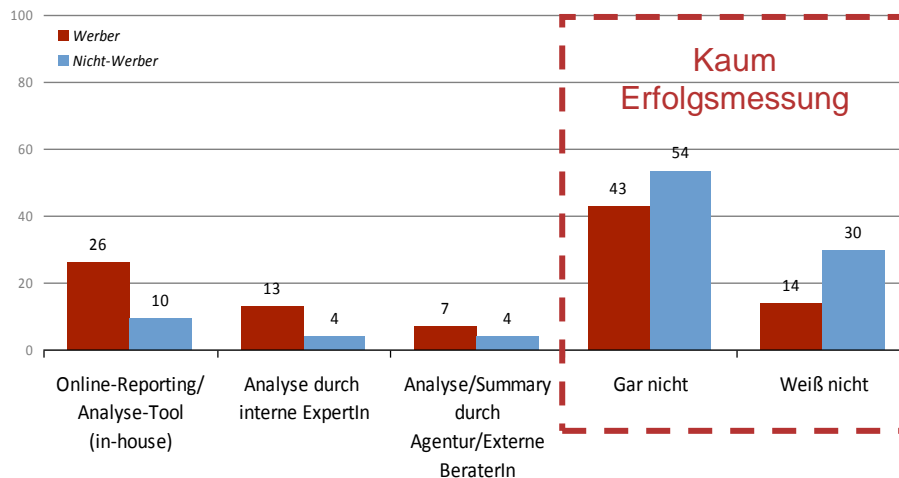


Welche Vorteile hat Online-Werbung für Ihr Unternehmen?

# Erfolgsmessung

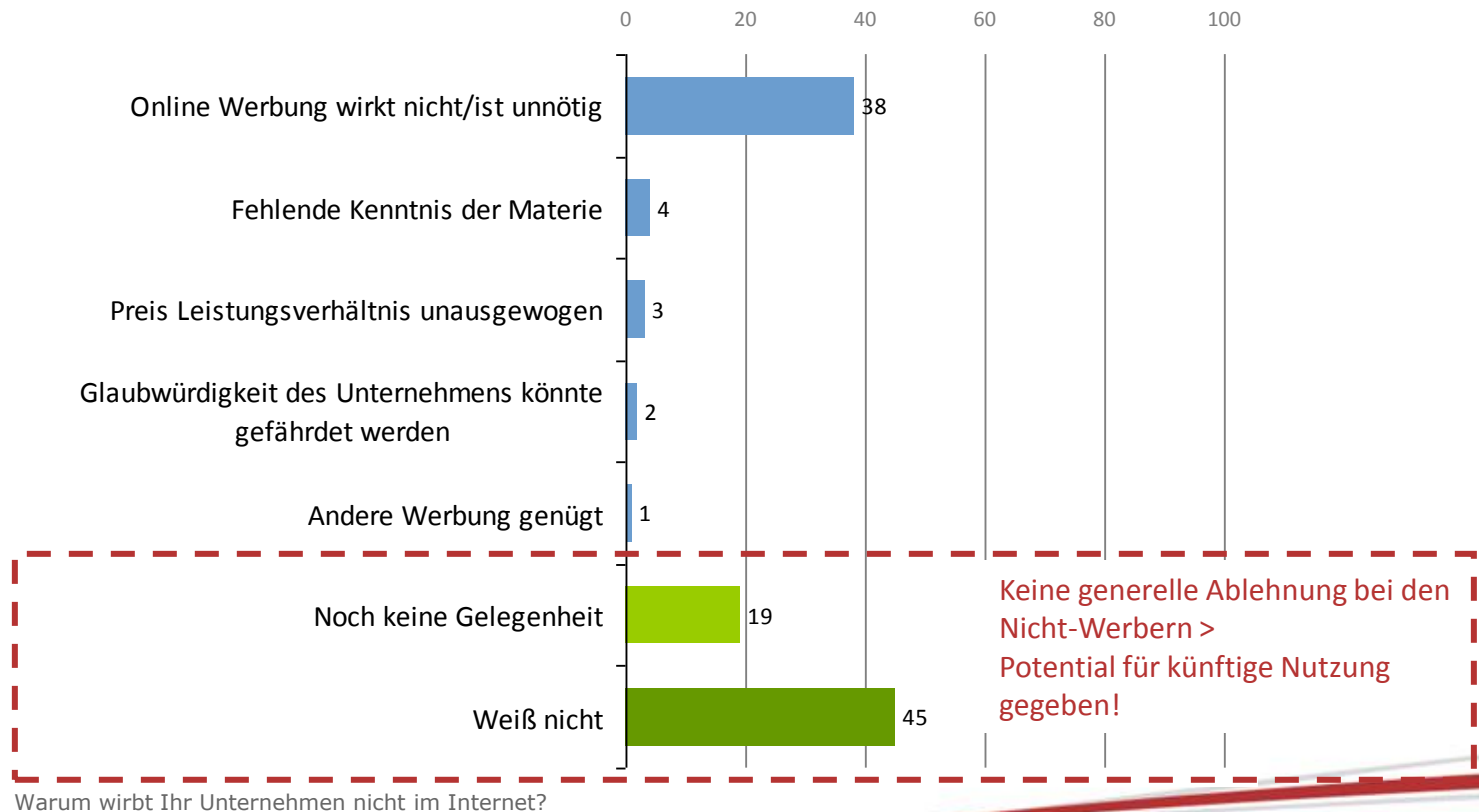
- **Einsatz der Erfolgsmessung ist stark von der Unternehmensgröße abhängig.**
- **Obwohl die Erfolgsmessung eine besondere Stärke der Online-Werbung darstellt, nutzen sie nur 40%**
- Gründe dafür: Zeitmangel und fehlendes Know-how (bes. EPU/KMU)

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



# Motive für fehlende Online-Aktivitäten

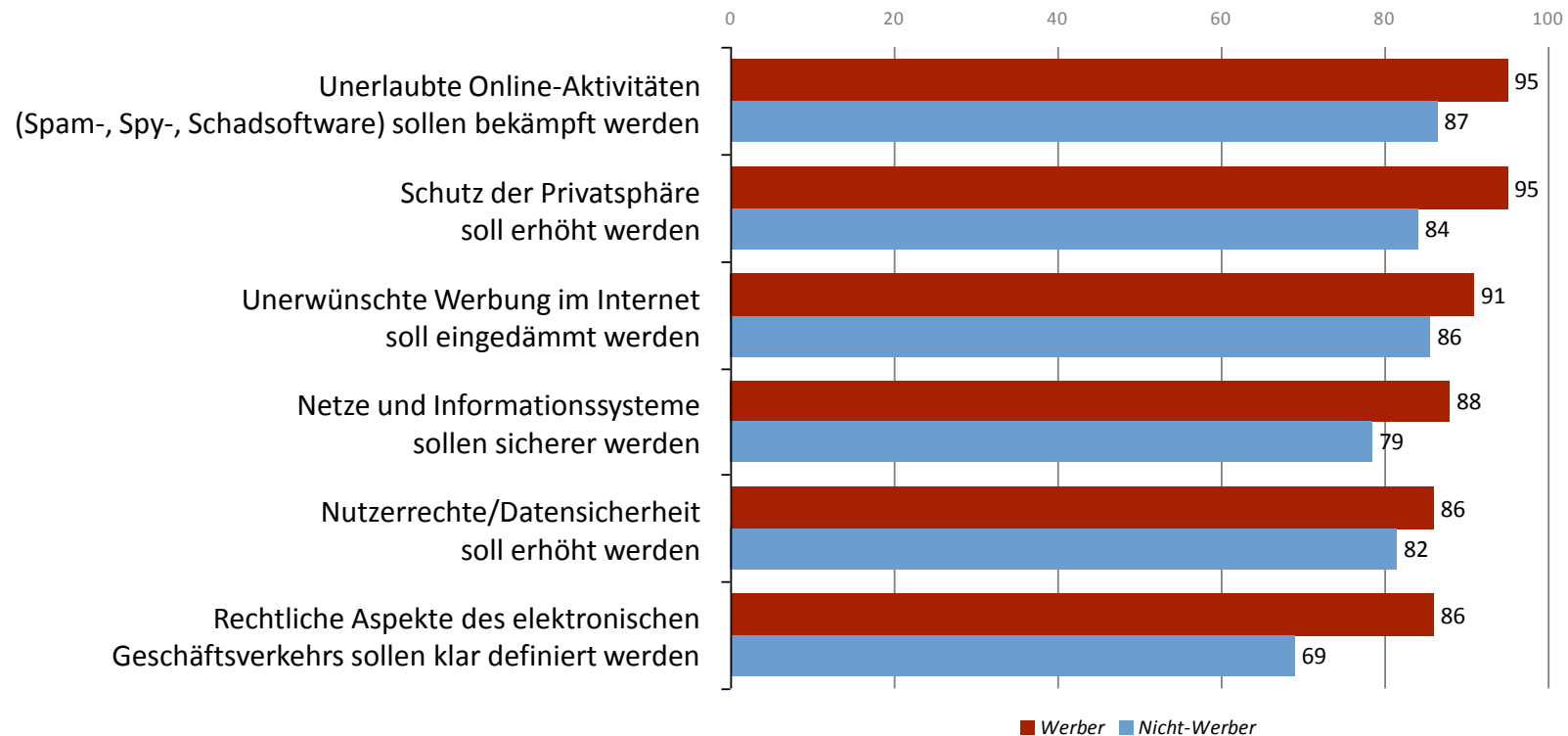
- **Viele Unternehmen wissen nicht über die Vorteile von Online-Werbung Bescheid**



# Was ist/ wird im Bereich Online-Werbung wichtig ?

# Themen der Online-Werbung

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

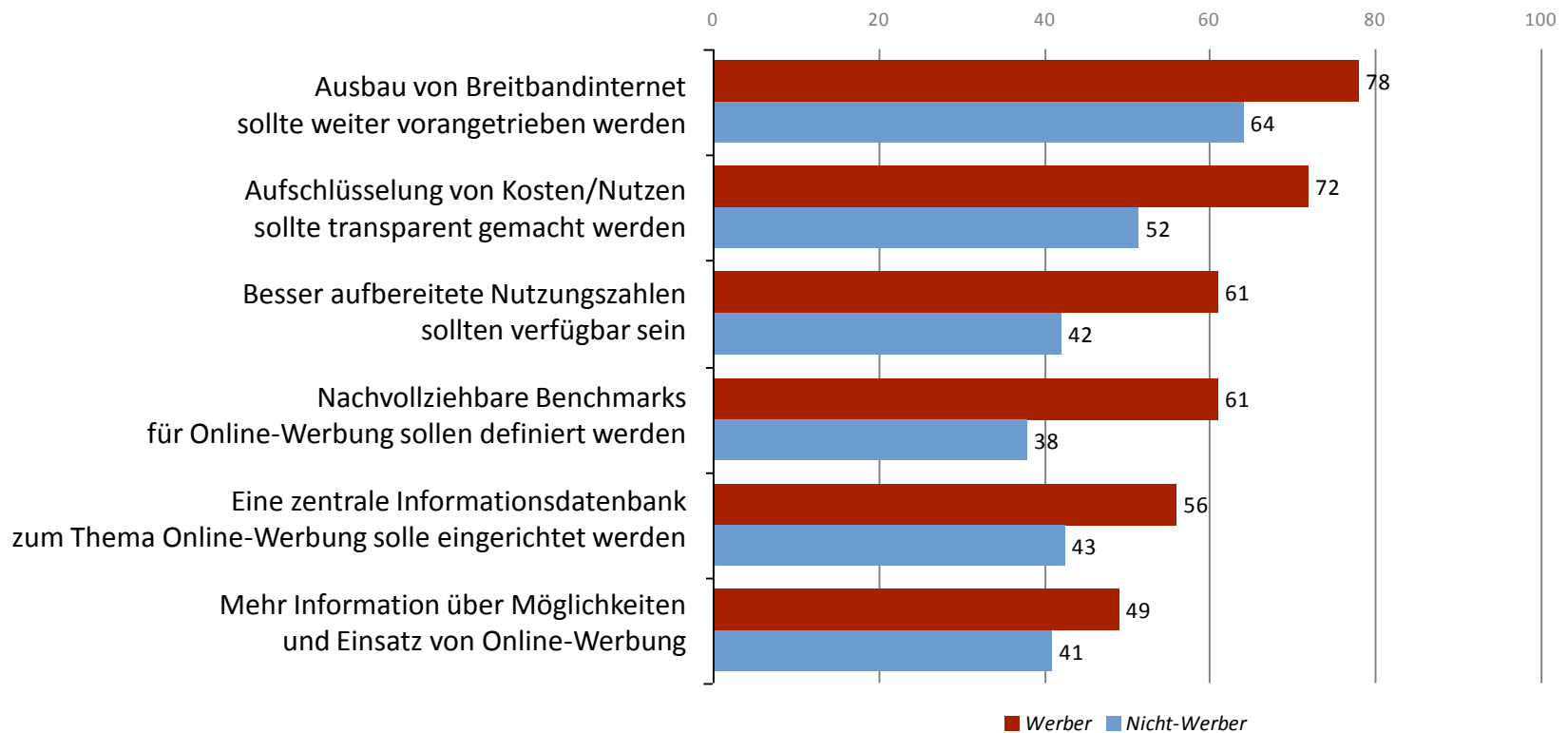


Welchen Themen soll in Bezug auf Online-Werbung mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden? Antwortvorgabe.



# 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](mailto: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](mailto:hermann.wasserbacher@ifes.at)